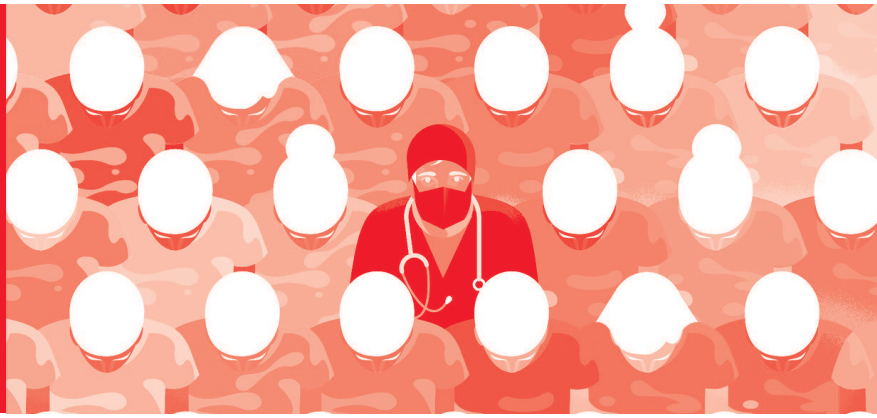
02/2020

La pandemia, la politica e il mondo globale dopo il Covid-19

a cura di Alessandro Campi

RDP
Rivista di Politica
Diretta da Alessandro Campi



Big Data e Intelligenza Artificiale: un binomio fatale per la democrazia?
Stefano De Luca

Democrazie liberali senza leadership: la pandemia e il vuoto della politica
Sofia Ventura

Il cerchio (ristretto) del potere: il capo politico e i suoi aiutanti
Antonio Campati

Pandemie, zombie e altre catastrofi: come è cambiato l'immaginario post-moderno
Massimiliano Panarari

Il M5s e la sua classe politico-parlamentare: un profilo socio-professionale
Lucia Montesanti
Francesca Veltri

La pandemia e i nuovi scenari geopolitici: verso un mondo fuori controllo?
Manlio Graziano

Fare la guerra al virus: usi e abusi della metafora bellica
Michele Chiaruzzi

RUBBETTINO

RPP

Rivista di Politica

Numero 2
Aprile-Giugno 2020

Rivista di Politica
Trimestrale di studi, analisi e commenti

Direttore
Alessandro Campi
(info@alessandrocampi.it)

Comitato di Direzione
Leonardo Allodi, Giovanni Belardelli, Danilo Breschi, Riccardo Cavallo, Michele Chiaruzzi, Alessandro Colombo, Valter Coralluzzo, Luigi Cimmino, Giulio De Ligio, Emidio Diodato, Stefano De Luca, Giovanni Dessì, Stefano B. Galli, Maurizio Griffo, Alessandro Grossato, Michele Marchi, Alia K. Nardini, Damiano Palano, Spartaco Pupo, Maurizio Serio, Pasquale Serra, Francesco Tuccari, Angelo Ventrone, Sofia Ventura

Comitato scientifico internazionale
Emanuele Cutinelli Rèndina (Université de Strasbourg), Richard Devetak (University of Queensland), Damir Grubisa (Sveučilište u Zagrebu-University of Zagreb), Juan J. Linz † (Yale University), Pierre Manent (École des hautes études en sciences sociales), Jeronimo Molina Cano (Universidad de Murcia), Julio Pinto (Universidad de Buenos Aires), Dominique Schnapper (École des hautes études en sciences sociales), Catherine Zuckert (University of Notre Dame)

Comitato di Redazione
Cristina Baldassini, Daniele Bronzuoli, Antonio Campati, Luca G. Castellin, Marco Damiani, Matthew D'Auria, Francesco Romano Fraioli, Federico Leonardi, Chiara Moroni, Federico Poggianti, Leonardo Varasano

Direzione e Segreteria
Rivista di Politica
Corso Cavour, 99
06121 Perugia
tel. 075-5733727
www.istitutodipolitica.it

«Rivista di Politica» è inclusa in Journal Seek, Catalogo italiano dei periodici (ACNP) e in Google Scholar.

Gli articoli che compaiono sulla «Rivista di Politica» sono sottoposti a un processo di revisione paritaria secondo gli standard adottati internazionalmente dalle riviste o pubblicazioni di natura scientifica.

5 Nulla sarà come prima? Alessandro Campi
12 La democrazia e il contagio globale Damiano Palano
18 La rivelazione pandemica e la vita comune: pensare la politica nel "mondo di domani" Giulio De Ligio
24 La pandemia e la crisi della leadership: come il Covid-19 può cambiare le democrazie Sofia Ventura
29 Pedinamento digitale e democrazia della sorveglianza Stefano Epifani
35 Tra stato d'eccezione ed espansione tecnocratica Lorenzo Castellani
40 Conte, i tecnici, i governatori e la pandemia: la strana co-gestione all'italiana Fabio Martini
45 La pandemia e il simulacro del Parlamento: gerarchia delle fonti e verticalizzazione della politica nell'epoca del Covid-19 Francesco Clementi
49 Covid-19 e caos europeo: ripartenza o *Finis Europae*? Michele Marchi
55 Il destino dell'Europa ai tempi del Covid-19 Riccardo Cavallo
59 La pandemia e l'immaginario distopico-catastrofista. L'Occidente di fronte alla "collassologia" Massimiliano Panarari
63 Comunicazione di crisi. 5 lezioni dall'era Covid-19 Luigi Di Gregorio
68 Opinione pubblica e pandemia: cosa resterà delle distorsioni causate dal Covid-19 Chiara Moroni
73 Congiure e complotti all'epoca del Covid-19 Alessandro Campi
80 Guerra, igiene del mondo? Pandemia e analogia Michele Chiaruzzi
85 La pandemia globale e le relazioni economiche internazionali: scenari e previsioni Giuseppe Pennisi
90 Il "patriottismo economico" e la nuova politica industriale: prospettive per il dopo Covid-19 Salvatore Santangelo
96 Il mondo dopo gli Hyksos: uno scorcio geopolitico Manlio Graziano
101 Fiducia e politica internazionale: i nuovi equilibri mondiali dopo la pandemia Emidio Diodato
106 Guerra (e pace) degli Aiuti nel dopo-Covid-19 Igor Pellicciari
113 Trasformazioni e destrutturazioni nel sistema internazionale pre- e post- pandemia Paolo Quercia
119 L'impatto della pandemia di Covid-19 sulla politica interna e sulle ambizioni globali della Cina Valter Coralluzzo
124 L'America ai tempi del Covid-19: elezioni presidenziali e nuove sfide all'unipolarismo isolazionista statunitense Alia K. Nardini

OSSERVATORIO ITALIANO
131 *Élites* a 5Stelle: mutamenti e persistenze nel ceto politico parlamentare Lucia Montesanti, Francesca Veltri

IL FUTURO DELLA DEMOCRAZIA
147 Hic sunt leones. La democrazia nell'era dei social media, dei big data e dell'intelligenza artificiale Stefano De Luca

TEORIA POLITICA
161 L'équipe del potere. I collaboratori del leader politico Antonio Campati

OSSERVATORIO INTERNAZIONALE
175 Turbolenza e collaborazione nel rapporto tra Cina ed Unione europea e l'impatto della pandemia da Covid-19 Li Lifan
191 Notizie sugli autori
195 Abstracts

FSC
www.fsc.org
MISTO
Carta da fonti gestite in maniera responsabile
FSC® C103486

Hic sunt leones.
La democrazia nell'era dei social media, dei big data e dell'intelligenza artificiale

Stefano De Luca

Il Web 2.0, i social media, i Big Data e l'Intelligenza Artificiale sono i quattro vettori, strettamente intrecciati tra loro, di una trasformazione antropologica, sociale ed economica straordinariamente profonda e veloce. Senza cedere al pessimismo culturale, si tratta di ragionare sui pericoli che tale trasformazione porta con sé, anche e forse soprattutto sul piano politico a livello globale. La democrazia liberale rappresentativa, col suo sistema di controlli costituzionali, i suoi classici istituti (a partire dal parlamento), le sue procedure e convenzioni, il suo retroterra sociale (il cittadino-elettore mediamente informato che partecipa attivamente alla vita pubblica ed esercita nei confronti del potere il proprio spirito critico) rischia infatti di essere sempre più svuotata, sino a lasciare il posto ad un dispotismo dolce – «assoluto, minuzioso, sistematico, previdente e mite» – come quello che aveva profetizzato Tocqueville.

La rivoluzione tecnologica ha completamente trasformato i termini in cui la democrazia deve operare. Siamo diventati dipendenti da forme di comunicazione e di condivisione su cui non abbiamo alcun controllo e che non capiamo nemmeno troppo bene

(David Runciman, How Democracy ends, 2018).

È impossibile capire la politica di oggi senza capire la natura trasformativa di Internet

(Jasha Mounk, The People vs. Democracy, 2018).

Nei prossimi anni o la tecnologia distruggerà la democrazia e l'ordine sociale così come lo conosciamo oggi, oppure la politica imporrà la sua autorità sul mondo digitale

(J. Bartlett, The People vs. Tech, 2018).

Sartori vs. Fukuyama

Nel 1992, a circa tre anni dalla caduta del Muro di Berlino e a uno dalla fine dell'Unione Sovietica, un giovane politologo statunitense – Francis Fukuyama – ribadiva e sviluppava, in un libro destinato a diventare tanto celebre quanto controverso[1], la tesi abbozzata per la prima volta nel 1989, in un articolo apparso su «The National Interest»[2]. La tesi era che la storia – intesa hegelianamente come un processo evolutivo unilineare, dotato di direzione e significato – era finita, perché l'evoluzione ideologica (o dell'Idea, come avrebbe detto Hegel) aveva infine raggiunto la sua meta: una forma di società e di governo nella quale le più profonde esigenze ed aspirazioni umane potevano trovare risposta, nella quale ogni fondamentale contraddizione poteva trovare soluzione. Tale forma di governo, come dimostravano gli spettacolari eventi storici del 1989-91 (con il crollo dell'ultima grande alternativa alla *Western Idea*), era la democrazia liberale, imperniata sui diritti individuali, sulla sovranità popolare e sull'economia di mercato. La democrazia liberale era quindi destinata a diffondersi universalmente: magari lentamente e con resistenze, ma inesorabilmente, perché l'idea, sul lungo periodo, «creates the material world in its own imagine»[3]. Atteggiandosi a nuovo Tocqueville, Fukuyama concludeva profetizzando, da una parte, la diffusione universale della democrazia liberale e paventando, dall'altra parte, il rischio di un'umanità concentrata esclusivamente su esigenze e conquiste materiali. Non più arte e filosofia, non più passioni ideologiche, ma calcolo economico, problemi tecnici, questioni ambientali. Insomma, una prospettiva dominata dalla noia (e per un tempo a venire indeterminato: «centuries of boredom», scriveva Fukuyama)[4]. Un anno dopo l'uscita del libro di Fukuyama, nel 1993, Giovanni Sartori – che all'epoca insegnava negli Stati Uniti, ma che a differenza di Fukuyama non era giovane e si era formato nella vecchia Europa, anzi nell'*antiquissima Italia* – si mostrava estremamente più cauto e circospetto. Scriveva infatti che il futuro della democrazia liberale, nel momento del suo (apparente) trionfo, era paragonabile a quelle terre incognite che gli Antichi indicavano sulle carte con l'espressione *Hic sunt leones*[5]. Terre, quindi, disseminate di incerti e pericoli. I leoni a cui pensava Sartori erano anzitutto due: la bomba demografica e la minaccia di un collasso ecologico. Ma individuava anche altre minacce, tra le quali una spiccava per importanza. Era l'avvento dell'era in cui la visione sostituisce la lettura. Si trattava, secondo Sartori, di una «rivoluzione che batte di mille e mille leghe tutte le rivoluzioni, ivi inclusa quella della stampa»[6]. Perché alla lunga avrebbe portato alla sostituzione dell'*homo sapiens* con l'*homo videns*, ossia con un soggetto che

> sa solo quel che vede, che vede 'senza sapere', e quindi un essere umano la cui vita non è più intessuta da concetti ma eminentemente da immagini. Dal che ulteriormente consegue che il nostro vivere si intesse sempre più di emozioni. La lettura non ci scuote più di tanto; le immagini commuovono e coinvolgono: fanno amare, soffrire e odiare[7].

Così, mentre la realtà del mondo contemporaneo si faceva sempre più complessa, le menti – secondo lo studioso italiano – diventavano sempre più semplicistiche. E poiché la democrazia è un'apertura di credito all'*homo sapiens*, se quest'ultimo era in pericolo lo sarebbe stata anche la prima. «Altro che fine

1. F. FUKUYAMA, *The End of History and the Last Man*, Free Press, New York 1992.
2. F. FUKUYAMA, *The End of History?*, in «The National Interest», n. 16, summer 1989, pp. 3-18. L'articolo nasceva da una lezione tenuta all'Olin Center for Inquiry into the Theory and Practise of Democracy dell'Università di Chicago.
3. *Ivi*, p. 6.
4. *Ivi*, p. 18.
5. G. SARTORI, *Democrazia. Cosa è*, Rizzoli, Milano 1993 (*Appendice: il futuro*, cap. IX).
6. *Ivi*, p. 325.
7. *Ivi*, p. 326.

della storia! – esclamava Sartori con palese riferimento a Fukuyama (che peraltro non compariva nella bibliografia del libro) – La storia sta ricominciando su premesse che superano addirittura la nostra capacità di immaginarle»[8].

Un mondo (quasi) irriconoscibile

Ed in effetti la storia successiva ha superato di gran lunga ciò che si poteva immaginare nei primi anni Novanta del secolo scorso (a conferma delle sue doti di 'grande improvvisatrice', come avrebbe detto Cavour). Peraltro, due eventi che avrebbero contribuito a determinare sviluppi allora inimmaginabili si verificarono proprio negli stessi anni in cui apparivano, rispettivamente, l'articolo di Fukuyama e il libro di Sartori. È infatti nel 1989 che Tim Berners-Lee, un ingegnere informatico inglese che lavorava al CERN di Ginevra, presentò il progetto da cui sarebbe nato il World Wide Web (progetto che il suo supervisore definì «vague, but exciting»)[9]; ed è nel 1993 che il CERN decideva, su pressione dello stesso Berners-Lee, di rendere disponibile in *open source* il software e i protocolli di linguaggio del progetto. Iniziava così l'avventura del Web, che consentendo per la prima volta un accesso di massa ad Internet e combinandosi con la turbinosa innovazione tecnologica proveniente dalla Silicon Valley, produrrà, tra la seconda metà degli anni Novanta e il primo decennio del nostro secolo, effetti trasformativi letteralmente dirompenti.
Per avere percezione, in modo immediato, di questa trasformazione basta fare un piccolo esperimento. Se dal 1993 torniamo indietro di venticinque anni ci ritroviamo nel 1968: le differenze tra i due momenti sono ovviamente molte, ma non così sostanziali dal punto di vista politico. Lasciando da parte il caso italiano (che costituisce un'eccezione), i partiti dei primi anni Novanta, nelle democrazie occidentali, sono ancora in gran parte gli stessi del '68, ossia quelli della tradizione novecentesca; e se nel mondo della comunicazione era esploso il *medium* televisivo (con la fine del monopolio pubblico), si trattava pur sempre di una comunicazione 'da pochi a molti', fortemente mediata. Se invece dal 1993 andiamo avanti di venticinque anni ci ritroviamo nel 2018: e qui il paesaggio in cui si muove la politica è per certi versi irriconoscibile. I partiti – o quel che resta di loro – sono qualcosa di completamente diverso: alcuni sono scomparsi, altri stanno precipitando nell'irrilevanza (chi avrebbe mai potuto pensare, ad esempio, che il candidato del Partito socialista francese alle elezioni presidenziali avrebbe raccolto il 6% dei voti?), tutti sono fortemente 'leaderizzati'. La comunicazione, poi, è profondamente mutata: avviene solo in piccola parte attraverso i media tradizionali (le vendite dei quotidiani italiani, tra il 2008 e il 2018, sono calate della metà e a volte di due terzi) o negli spazi fisici (le piazze), mentre dilaga sulle piattaforme digitali. Le dirette su Facebook sostituiscono l'intervista al grande quotidiano: del resto, l'intervista verrà *letta*, se va bene, da centomila persone, mentre la diretta su Fb sarà *vista* da centinaia di migliaia (in alcuni casi milioni) di *follower*, tra i quali soprattutto i più giovani (la cui stragrande maggioranza non legge i giornali e non guarda la televisione). E tutti avranno l'impressione che il leader stia parlando proprio con loro, personalmente, a pochi centimetri dal viso. E potranno interagire con un *like*, un *emoticon* o un commento (e magari il leader, o chi per lui, risponderà al commento). Inoltre, al di là delle piattaforme digitali, la politica è ormai pervasa – come ha persuasivamente

8. *Ivi*, p. 327.
9. Lo schema del progetto, denominato *Gestione delle informazioni: una proposta*, con lo scarabocchio *Vague, but exciting* del supervisore in alto a destra, è riprodotto in J. GILLIES, R. CAILLIAU, *Com'è nato il Web* [2000], Baldini e Castoldi, Milano 2002, p. 219. Sulla storia del Web, all'interno di quella di Internet, si veda almeno, oltre al volume di Gillies e Caillou, quello di J. RYAN, *Storia di Internet e il futuro digitale* [2010], Einaudi, Torino 2011.

dimostrato Luigi Di Gregorio[10] – dalla *media logic*, che porta con sé velocità, spettacolarizzazione, frammentazione, rapidissima obsolescenza. Quello che conta, insomma, è dire qualcosa subito, al momento giusto, sulla questione del giorno. Dire qualcosa di 'impattante', che catturi l'attenzione del pubblico; quanto al fare quello che si è detto, conta molto meno, a volte nulla, perché lo stesso pubblico, qualche giorno dopo, ha già dimenticato, preso da nuove questioni. Dunque partiti trasformati, luoghi diversi, 'logiche', tempi e forme differenti. Un mondo (quasi) irriconoscibile.

10. L. DI GREGORIO, *Demopatia*, Rubbettino, Soveria Mannelli 2019.
11. B. MANIN, *Principi del governo rappresentativo* [1997], il Mulino, Bologna 2010.
12. J. MOUNK, *Popolo vs. Democrazia* [2018], Feltrinelli, Milano 2018, p. 62.

Dalla democrazia del pubblico alla democrazia della rete

Questi mutamenti sono in larga parte dovuti alla rivoluzione digitale. Poco più di vent'anni fa, in un libro importante[11], Bernard Manin ha parlato del passaggio dalla democrazia dei partiti alla democrazia del pubblico. Quest'ultima si caratterizza, oltre che per i fenomeni di personalizzazione e leaderizzazione (favoriti dal mezzo televisivo), per il carattere reattivo del voto: gli elettori, osservava Manin, sembrano rispondere alle questioni proposte, piuttosto che esprimere la loro identità sociale (divenuta del resto molto più variegata e instabile). L'iniziativa spetta ai candidati, che decidono quale linea di divisione proporre agli elettori, sperando di catturare quella che sta loro a cuore. L'elettorato appare sempre più un pubblico che risponde ai termini che sono stati presentati sulla scena politica. Anche i sondaggi, sempre più frequenti, riproducono lo schema palcoscenico e pubblico, iniziativa e reazione.
Questa analisi, che cattura sicuramente alcuni elementi ancora oggi presenti (volatilità del voto, leaderizzazione, personalizzazione, distanza tra *demos* ed élites), mostra tuttavia dei limiti di fronte alle trasformazioni prodotte dall'avvento della rete e delle tecnologie digitali. La rete è infatti orizzontale, decentrata e – grazie al Web 2.0 – permette una piena interattività. La metafora palcoscenico/pubblico, con una logica comunicativa unidirezionale (dagli attori agli spettatori – i primi attivi, i secondi passivi), è adeguata all'epoca della televisione, ma lo è molto meno all'era del Web 2.0, che moltiplica i palcoscenici e i pubblici, permette a questi ultimi di salire sul palco e comunque di interagire con gli attori 'professionali', secondo una logica bidirezionale. Come in ambito economico si parla di *prosumers* (ossia di utenti che sono al tempo stesso consumatori e produttori), in ambito politico si dovrebbe cominciare a parlare di *spectactors*. Oggi siamo piuttosto di fronte ad una democrazia della rete, una *web-democracy*, in cui alla dimensione reattiva (che certamente non è scomparsa) si affianca prepotentemente quella interattiva. L'habitat nel quale siamo immersi è per sua natura disintermediante, perché permette una comunicazione 'da tutti verso tutti'. Questo ha contribuito, tra l'altro, ad esasperare la crisi del sistema rappresentativo. Come ha scritto di recente Jascha Mounk, se alle generazioni precedenti poteva sembrare normale che il popolo governasse tramite rappresentanti eletti, agli occhi «di una generazione cresciuta con il voto digitale, plebiscitario e immediato di Twitter e Facebook, del *Grande fratello* e di *American Idol*, queste istituzioni appaiono stranamente inefficienti». I cittadini di oggi, soprattutto i giovani, hanno un «modello chiarissimo di cosa significa avere un impatto reale e diretto. Sanno che, se volessimo creare un sistema politico che lasciasse davvero governare il popolo, non assomiglierebbe granché alla democrazia rappresentativa»[12].

Il quartetto dirompente e la crescita esponenziale

Per mettere a fuoco questo insieme di mutamenti dobbiamo soffermarci sui suoi principali vettori:

1. il Web (non Internet, come a volte impropriamente si scrive) e, in particolare, la sua evoluzione 2.0;
2. i social media dinamici o interattivi, che il Web 2.0 ha reso possibili;
3. i Big Data (frutto dell'iperconnessione globale, mediante molteplici dispositivi, alla rete);
4. l'Intelligenza Artificiale (senza la quale i Big Data rimarrebbero ammassi caotici di dati).

È questo il quartetto dotato di un potere trasformativo dirompente: è il quartetto che ha alterato e continua ad alterare in modo irreversibile gli spazi, i soggetti, le forme della politica, secondo una linea di fuga di cui è difficile intravedere un esito definito. È quella che alcuni hanno definito la «seconda età delle macchine»[13] e altri la «quarta rivoluzione industriale»[14], sviluppatasi in continuità dalla terza (quella informatica). Solo che mentre la prima rivoluzione industriale, così come la seconda, hanno impiegato un secolo ciascuna per dispiegare i propri effetti economici e sociali – e quindi la politica, aiutata anche dalle elaborazioni del pensiero filosofico, politico, economico e sociale, ha avuto il tempo di comprendere il fenomeno e di attrezzarsi – questa rivoluzione viaggia ad una velocità impressionante. Procede attraverso una crescita di tipo esponenziale, mentre la politica è lenta, soprattutto nei sistemi democratici. E come è stato giustamente osservato, la crescita esponenziale è qualcosa di contro-intuitivo per la mente umana[15]. Gli esempi che si utilizzano per spiegarla sono in genere due: quello (antichissimo) della ricompensa richiesta dall'inventore del gioco degli scacchi; e quello (recente) del salario che raddoppia ogni giorno, partendo dalla modestissima soglia di 1 centesimo. Molti possono intuire che dopo una settimana la paga giornaliera sarà arrivata a poco più di 1 euro; un numero minore di persone riesce a immaginare che dopo due settimane la paga giornaliera sarà di 138 euro; ma quasi nessuno, a meno che non si tratti di un matematico, riuscirà a immaginare che a fine mese il fortunato lavoratore percepirà una paga giornaliera di 9 milioni di euro (che diventeranno 18 il giorno successivo, 36 il primo giorno del nuovo mese e così via). Ora, è tendenzialmente questa la velocità dei fenomeni innescati dalla rivoluzione digitale.

Mi limito a fornire, in proposito, solo qualche esempio, in modo impressionistico. Prendiamo uno dei *social media* più famosi, Facebook (Fb). Fondato nel 2004, Fb ha impiegato 4,5 anni a raggiungere i 100 milioni di utenti; poi li ha raddoppiati in 6 mesi (197 milioni), nuovamente raddoppiati in 1 anno (431 milioni), raddoppiati ancora in 18 mesi (800 milioni). A dicembre 2019 Fb poteva contare su circa 2 miliardi e 500 milioni di utenti[16] (lo Stato più popolato al mondo, la Cina, ha all'incirca 1 miliardo e 400 milioni di abitanti). Rimaniamo sugli anni più recenti e passiamo ad Internet e alle piattaforme digitali. Nel 2018 il numero di utenti di Internet è cresciuto di 366 milioni (un milione di utenti in più ogni giorno). Gli utenti di piattaforme digitali sono cresciuti, nello stesso periodo, di 288 milioni (789 mila persone al giorno), per un totale complessivo di 3 miliardi e 480 milioni di utenti. Negli ultimi cinque anni il numero totale di utenti Internet è passato dai 2,08 miliardi

13. E. BRYNJOLFSSON, A. MCAFEE, *La nuova rivoluzione delle macchine* [2014], Feltrinelli, Milano 2015.
14. K. SCHWAB, *La quarta rivoluzione industriale* [2016], Franco Angeli, Milano 2016. Di quarta rivoluzione aveva tuttavia già parlato Luciano Floridi (*La quarta rivoluzione: come l'infosfera sta trasformando il mondo* [2014], Cortina, Milano 2017). Per un quadro di insieme, anche dal punto di vista bibliografico, si veda P. BIANCHI, *4.0 La nuova rivoluzione industriale*, il Mulino, Bologna 2018.
15. Sull'argomento, si veda E. BRYNJOLFSSON, A. MCAFEE, *La nuova rivoluzione delle macchine*, cit., cap. 3.
16. Fonte dati: *Statista*.

a 4,39 miliardi[17]. Infine, c'è la crescita esponenziale delle capacità di calcolo dei computer e quindi di elaborazione da parte dei sistemi di Intelligenza Artificiale. Anche qui mi limito ad un solo esempio: nel 1996 un computer della IBM, battezzato *Deep Blue*, riesce a battere per la prima volta, grazie al *machine learning* (un sistema di apprendimento consistente nel dare al software grandi quantità di esempi sui quali lavorare), il campione mondiale di scacchi Kasparov. Come dirà Kasparov, non si tratta di intelligenza, ma di brutale forza di calcolo: *Deep Blue* era in grado di calcolare 200 milioni di mosse al secondo. Ma gli scacchi sono un gioco relativamente semplice rispetto al gioco cinese Go, che prevede miriadi di possibili combinazioni. Bisognerà infatti aspettare il 2016 perché un software chiamato *AlphaGo*, creato da Google e allenato anch'esso con il *machine learning*, batta il campione mondiale di Go, Lee Sedol. Tuttavia, un solo anno dopo *AlphaGo* viene a sua volta battuto 100 a 0 da *AlphaGo Zero*, un software che usa il *deep learning*, ossia un sistema di auto-apprendimento senza esempi. Per raggiungere questo risultato ad *AlphaGo Zero* sono bastati 40 giorni di *deep learning*.

17. Fonte dati: *Global Digital Report 2019*.
18. Sul ruolo di Berners-Lee nella nascita del Web si rimanda ai testi citati nella nota 3, in particolare a quello di Gillies e Cailliau (il quale fu il principale collaboratore di Berners-Lee). Di utile lettura, per mettere a fuoco la cultura del fondatore del Web, è T. BERNERS-LEE, *L'architettura del nuovo Web. Dall'inventore della rete il progetto di una comunicazione democratica, interattiva e intercreativa* [1999], Feltrinelli, Milano 2001. Si veda anche la lettera che Berners-Lee ha pubblicato in occasione del trentennale del Web (*30 years on, what's next #ForTheWeb?*, https://webfoundation.org/2019/03/web-birthday-30/, ultimo accesso 20 aprile 2020).

Il Web e il «Daily Me»

Ma torniamo al 'quartetto dirompente' e cominciamo dal suo primo elemento, il Web. La storia del Web, all'interno di quella di Internet (che a sua volta è alla confluenza di molteplici rami di ricerca), è tanto complessa quanto affascinante. Ed è lastricata, come sempre, di sviluppi imprevisti (e talora non voluti). In estrema sintesi si può dire che Internet, nato come Arpanet per esigenze militari e realizzato da studiosi che lo pensavano come mezzo per favorire la ricerca scientifica, è diventato, grazie al Web, il mezzo usato da miliardi di persone per informarsi, comunicare, socializzare, lavorare e fare affari. Dalle nicchie al mondo: è questa la traiettoria di Internet ed è una traiettoria che senza il Web non sarebbe stata possibile. Ma lo stesso Web nasce essenzialmente per favorire la ricerca, la comunicazione e la socializzazione; l'uso economico, che sarebbe poi diventato pervasivo, non era certamente al centro della visione di Berners-Lee[18]. Inoltre nella storia del Web è fondamentale la sua evoluzione 2.0, ossia quando, grazie ad una serie di progressi tecnici, diventa un ambiente capace di ospitare l'interattività (i contenuti non sono più soltanto osservabili, ma possono essere commentati, modificati, estesi e condivisi da parte degli utenti).
Certo è che grazie al Web – ossia al servizio che ha reso possibile l'*internettizzazione delle masse* – disponiamo di una quantità di informazioni e di una possibilità di socializzazione che non ha precedenti nella storia umana. Tuttavia, né la prima, né la seconda hanno prodotto gli effetti politici e sociali che ci aspetteremmo (e che i guru della Silicon Valley hanno profetizzato). La straordinaria quantità di informazioni e di sapere alla portata di tutti non ha prodotto opinioni pubbliche più informate, più consapevoli, più razionali. Abbiamo assistito piuttosto al fenomeno inverso: le opinioni pubbliche appaiono sempre più polarizzate, radicalizzate, emotive (e quindi attratte da leader, per dirla con Kahneman, in cui prevale il 'sistema 1', ossia il pensiero immediato, istintivo, emotivo). Opinioni pubbliche che sono facili prede di inganni e manipolazioni: non a caso, viviamo nell'epoca delle *fake news* e della post-verità (alla quale il *deep fake* darà forse il suggello definitivo, con

la sostanziale impossibilità di distinguere il falso dal vero). Dall'altro lato, l'accresciuta possibilità di entrare in contatto con i nostri simili, superando barriere di ogni tipo, non ha prodotto forme di socialità più ampie, differenziate e inclusive, ma piuttosto il fiorire di comunità sempre più ristrette, composte da persone sempre più simili tra loro, che tendono a riprodurre una mentalità tribale. La connessione globale ha determinato il ritorno alla dimensione tribale. Quale è la ragione di questi effetti paradossali?

La risposta sta nella logica filtrante/personalizzante che le nuove tecnologie portano con sé. L'iperconnessione globale crea infatti sovraccarico; e il sovraccarico richiede – anzi, impone – una logica filtrante. Filtro è un'altra parola-chiave dell'era digitale, che a sua volta ci conduce ad un ulteriore paradosso: filtrare significa esercitare la libertà individuale, perché significa scegliere ciò che ci interessa, ciò che preferiamo, ciò che corrisponde ai nostri interessi e valori. Ma spinta all'estremo (e soprattutto implementata dagli algoritmi sulla base dei nostri comportamenti *passati*), questa libertà finisce per minare le precondizioni di una scelta libera.

Prendiamo la sfera della comunicazione. Qualche anno fa uno dei guru del digitale, Nicholas Negroponte, profetizzò la nascita del *Daily Me*[19], il quotidiano totalmente personalizzato. Niente più perdite di tempo a cercare le notizie e gli argomenti che ci interessano o gli opinionisti con i quali ci sentiamo più in sintonia: le nuove tecnologie, filtrando in base ai nostri interessi e ai nostri valori l'immensa massa di informazioni disponibili sulla rete, ci avrebbe messo a disposizione un quotidiano 'su misura', tagliato perfettamente su di noi, di cui noi saremmo – per così dire – il direttore, il capo-redattore e l'impaginatore. È quello che il giurista statunitense Cass Sunstein chiama un caso-limite di «architettura del controllo»[20], ossia di un sistema che permette a ciascuno di noi di non esporsi a nulla cui non abbia deciso di esporsi in anticipo e volontariamente. All'estremo opposto del *Daily Me* si collocano i media generalisti (i grandi quotidiani, le principali emittenti televisive e radiofoniche) e in mezzo i media dedicati a temi specifici. I primi sono portatori dell'interesse generale, i secondi di interessi particolari più o meno diffusi: ma entrambi, e soprattutto i primi, per quanto orientati possano essere (e lo sono sempre, beninteso), offrono una quantità di notizie e di commenti che il lettore o ascoltatore non avrebbe scelto e nei quali si imbatte. Può ignorarli, ma apprende della loro esistenza; magari li scorre velocemente o li ascolta/guarda distrattamente; ma non è escluso che, incuriosito, li legga (o li ascolti/guardi) per intero. In questo modo si espone ad una varietà di fatti ed opinioni non pre-scelti: ed è il confronto con questa varietà la precondizione per la formazione di un'opinione effettivamente libera. «Non vi è alcuna garanzia di libertà – scrive Sunstein – in un sistema incentrato sul Daily Me»[21]: in effetti, come può essere libera l'opinione che si forma in un ambiente dove arriva un'unica voce (o, per meglio dire, un insieme di voci univoche, allineate)? Quando molte persone ricevono notizie soltanto attraverso i *social media*, non siamo molto distanti dal modello del *Daily Me*. Il *News Feed* di Facebook è cosa ben diversa da un quotidiano: è un esempio di architettura del controllo, in parte frutto delle nostre scelte, ma in gran parte frutto di un algoritmo, che interpreta (non sappiamo come, si badi bene) i nostri comportamenti passati e li implementa. Di qui il rischio che si crei una galassia di universi politici equiparabili ai mondi paralleli della fantascienza e che le persone si rinchiudano in bolle più o meno grandi, in universi omofiliaci che accrescono la polarizzazione

19. N. NEGROPONTE, *Essere digitali* [1995], Sperling & Kupfer, Milano 1999², p. 160.
20. C. R. SUNSTEIN, *#Republic. La democrazia nell'era dei social media* [2017], il Mulino, Bologna 2017, p. 11.
21. *Ivi*, p. 75.

dell'opinione pubblica e atrofizzano la capacità di confrontarsi con posizioni diverse dalle proprie.

I social media: iperconnessi e iperdistanti

A questo esito contribuiscono potentemente i *social media*[22], che sono ormai il luogo dove passiamo una parte consistente del nostro tempo (la media di permanenza, secondo il *Global Digital Report 2018*, è di sei ore al giorno su Internet, di cui due sui *social media*). Veniamo così al secondo elemento del quartetto, che ci offre un'altra dimostrazione della velocità che caratterizza i fenomeni dell'era digitale.

Quelli che oggi ci appaiono come elementi 'naturali' dell'habitat in cui siamo immersi quotidianamente sino a poco più di vent'anni fa non esistevano. Il primo *social network* (SexDegrees) nasce nel 1997 e la «fase aurorale» del fenomeno – quella del Web 1.0, in cui i network erano 'statici', cioè permettevano di creare un profilo e stabilire una rete di contatti – dura sino al 2002[23]. È a partire dal 2003, con l'avvento del Web 2.0 e il progressivo aumento della capacità di banda, che i *social network* si espandono, entrano in competizione tra loro e si trasformano in *social media*, ossia in piattaforme che consentono agli utenti di produrre e scambiare contenuti di vario formato (testi, immagini, filmati) attraverso modalità interattive. Ed è questa interazione orizzontale tra pari, insieme agli obiettivi economici dei proprietari, a orientare l'uso e lo sviluppo delle piattaforme stesse. A partire dal 2009 il sistema dei *social media* entra finalmente nella fase del consolidamento: i modelli e gli assetti proprietari si definiscono, le piattaforme si diversificano, gli operatori si concentrano (dando luogo ad alcune posizioni fortemente dominanti) ed emergono una serie di tendenze che ben presto diventano stili comportamentali diffusi in quello spazio ibrido tra *online* e *offline* che Luciano Floridi ha definito *onlife*[24]. Queste tendenze sono la condivisione (*sharing*), la prevalenza del linguaggio iconico e biografico/narrativo, la valutazione tra pari usando i *social buttons* (che a partire dal solo *like*, nel 2009, sono in continua evoluzione), il commento, la recensione. Elemento decisivo, infine, è la pressoché totale adozione del modello economico *free*, apparentemente gratuito, ma in realtà fondato sullo scambio tra servizi e cessione di dati personali.

Anche in questo caso l'impatto sulla politica è stato rilevante. Informazione, partecipazione, discussione, proposta e protesta si svolgono oggi in gran parte *on line*, sulle piattaforme digitali; e anche quando, ormai piuttosto raramente, si vuole tornare ad usare lo spazio fisico, è nello spazio virtuale che ci si organizza. Se il passaggio dal sistema notabilare alla democrazia dei partiti fu, tra le altre cose, il passaggio dagli spazi chiusi agli spazi aperti, il passaggio dalla democrazia del pubblico alla *web-democracy* è il passaggio dagli spazi fisici agli spazi virtuali. E anche in questo caso si produce un effetto paradossale. Nati con l'obiettivo di favorire la socializzazione, i *social media* finiscono per dividere e allontanare le persone. È ancora una volta la logica filtrante, innescata dal sovraccarico, a determinare questo esito. Messi di fronte ad una possibilità virtualmente illimitata di socializzazione, gli esseri umani non cercano il diverso, ma il simile, coloro nei quali possono riconoscersi, con i quali sentono di avere qualcosa in comune. Si formano così, ancora una volta, quelle che gli studiosi chiamano bolle, bozzoli, *eco-chamber*, *gated-communi-*

22. Sui *social media* esiste una letteratura amplissima, alimentata – da due decenni – da un'area di studi specifici, distinta dall'area più ampia degli *internet studies* e dagli studi sulla comunicazione mediata dal computer (MCM). Sul tema mi limito a rinviare ad uno degli studi più recenti e aggiornati, anche sotto il profilo bibliografico: N. VITTADINI, *Social media studies. I social media alla soglia della maturità: storia, teorie e temi*, Franco Angeli, Milano 2019.

23. Per questa periodizzazione mi rifaccio a N. VITTADINI, *Social media studies*, cit., pp. 16-17. Nella prima parte di questo studio viene ricostruita la breve ma intensa storia dei *social network/social media*.

24. L. FLORIDI, *La quarta rivoluzione: come l'infosfera sta trasformando il mondo*, cit.

ties e così via. Come ha osservato Jamie Bartlett, per quanto raro sia il nostro personale motivo di malcontento, grazie alle piattaforme digitali troveremo sicuramente molte persone che lo condividono[25]: ed è con queste persone che vorremo entrare in relazione, oppure con quelle che condividono la nostra posizione politica, anche su un singolo tema (ad esempio, il *climate change*). E stando tra simili non faremo che confermarci nella nostra opinione, anzi la radicalizzeremo, come dimostrano vari studi empirici: si entra simpatizzanti in un gruppo e lì si diventa tifosi e, in certi casi, *ultras*.
L'*eco-chamber* è l'equivalente auditivo del *selfie*: come questo ci rimanda la nostra immagine, così quella ci rimanda la nostra voce, ripetuta e amplificata da centinaia, se non migliaia, di persone. In questo modo le persone si disabituano al confronto con opinioni diverse. Dunque i social media polarizzano, radicalizzano, tribalizzano, anche perché la tastiera disinibisce (un conto è insultare via web, altro è farlo in una situazione *face-to-face*). Anche nell'ambito della socializzazione, così come in quello della comunicazione, la tecnologia digitale ha iper-potenziato tendenze del tutto naturali: là si trattava della libertà di scegliere, qui della tendenza a stare insieme tra simili. È la dimensione quantitativa del fenomeno, insieme allo spessore millimetrico del filtro, che fa la differenza. In entrambi i casi l'iper-connessione, determinando sovraccarico, innesca la logica filtrante/personalizzante, che finisce per produrre iper-frammentazione. Insomma, un mondo sempre più connesso e sempre più disunito.

Big Data e Intelligenza Artificiale: un binomio fatale?

E veniamo infine ai Big Data e all'Intelligenza Artificiale (IA), cioè agli elementi che, nel quartetto considerato, produrranno negli anni a venire l'impatto più profondo. La loro stretta combinazione promette (o minaccia, a seconda dei punti di vista) di rivoluzionare ogni aspetto della vita individuale e collettiva – dall'economia alla salute, dal lavoro all'istruzione, dalla sfera pubblica a quella privata – sino a mettere in discussione, secondo alcuni, il nostro stesso «modo di vivere e di interagire con il mondo»[26]. Premesso che si tratta di fenomeni altamente complessi e che quindi non esiste, soprattutto per quanto riguarda l'IA, una loro definizione condivisa[27], è bene chiarire in quale accezione vengono usati in questa sede.
Con l'espressione Big Data mi riferisco all'esistenza di una quantità di dati che non ha precedenti nella storia umana per volume, varietà e velocità di accumulazione: fenomeno che è il frutto di quella *datification*[28] iniziata mezzo secolo fa con l'introduzione dei computer, cresciuta progressivamente con l'aumento della potenza e della diffusione degli stessi e poi letteralmente esplosa negli ultimi vent'anni per il combinato disposto tra Web, diffusione globale di dispositivi intelligenti connessi alla Rete e aumento esponenziale delle capacità di calcolo e di *storage*. Tutto questo ha condotto a produrre una quantità di dati difficile anche solo a concepirsi: basti pensare, tanto per rimanere sulla Rete, che ogni minuto vengono creati 470.000 tweet, prodotti 3,3 milioni di post su Facebook, effettuate 3,8 milioni di ricerche su Google e scambiati 38 milioni di messaggi su WhatsApp[29]. Questo archivio sterminato di dati fornisce una base mai esistita prima per sistemi capaci, grazie alla capacità di calcolo e ad opportune istruzioni (algoritmi), di rilevare correla-

25. J. BARTLETT, *The People vs. Tech*, Penguin, London 2018, pp. 45-49.
26. V. M. SCHÖNBERGER, K. KUKIER, *Big Data* [2013], Rizzoli, Milano 2019ª, p. 16.
27. Sul tema, per quanto riguarda l'Intelligenza Artificiale, si veda J. KAPLAN, *Intelligenza Artificiale. Guida al futuro prossimo*, Luiss U.P., Roma 2017, cap. 1; per i Big Data, si vedano almeno V. M.SCHÖNBERGER, K. CUKIER, *Big Data*, cit., pp. 15-16 e M. DELMASTRO, A. NICITA, *Big Data. Come stanno cambiando il mondo*, il Mulino, Bologna 2019, cap. 1.
28. È bene distinguere tra *datificazione* e *digitalizzazione*, anche se nell'era della rivoluzione digitale i due fenomeni convergono. Datizzare un fenomeno «significa convertirlo in forma quantitativa, in modo da poterlo tabulare e analizzare. È tutt'altra cosa rispetto alla digitalizzazione, il processo tramite il quale si convertono delle informazioni digitali negli zero e negli uno del codice binario in modo che i computer li possano processare. La digitalizzazione non è stata la prima cosa che abbiamo fatto con i computer. La fase iniziale della rivoluzione informatica era incentrata sul calcolo, come suggerisce l'etimologia della parola computer. Usavamo le macchine per fare dei calcoli che in precedenza richiedevano tantissimo tempo, come quelli su cui si basavano le traiettorie dei missili, i risultati dei censimenti e le previsioni meteo. La digitalizzazione dei contenuti analogici è arrivata molto più tardi» (V. M. SCHÖNBERGER, K. CUKIER, *Big Data*, cit., p. 109).
29. Dati desunti da M. DELMASTRO, A. NICITA, *Big Data*, cit.

zioni e modelli: è questo che fanno i 'sistemi intelligenti' che oggi siamo soliti denominare come IA. Quindi per IA si intende non una macchina capace di pensare in modo analogo agli esseri umani (il progetto originario dell'IA degli anni Cinquanta), ma un sistema capace di estrarre informazioni da enormi quantitativi di dati. Grazie a questo tipo di IA disponiamo di *software* dotati di elevate capacità predittive in pressoché ogni ambito e di dispositivi capaci di comportamenti che, se messi in atto da esseri umani, sarebbero giudicati 'intelligenti' (vincere una partita a scacchi, guidare un'automobile nel traffico, rispondere a domande sui più svariati argomenti, tradurre in modo automatico più di cento lingue). Ma tutto questo avviene su basi statistiche, applicando cioè il calcolo delle probabilità. Si tratta quindi, in ultima analisi, del trionfo della matematica: e secondo taluni si rischia – affidandosi in modo crescente, e spesso acritico, a queste tecniche – di dare vita a vere e proprie *weapon of math destruction*[30], che rischiano di minare, come vedremo tra poco, alcuni presupposti di fondo della democrazia. È il rischio di quella che è forse già diventata la nuova filosofia egemone: il *dataism*, ossia la convinzione che non sono più necessarie teorie di nessun genere, dal momento che basta 'far parlare i numeri'; il paradosso (l'ennesimo) è che dall'analisi dei grandi numeri scaturiscono modelli capaci di prevedere il futuro con una accuratezza mai vista prima, ma solo e soltanto come ripetizione (statisticamente fondata) del passato.

La base dei Big Data è nella Rete, che funziona come una sorta di Giano bifronte: da un lato, permette a tutti di accedere ad un macro-universo di informazioni e servizi; dall'altro lato, entra nel micro-universo di ogni individuo e si impossessa (col consenso, più o meno consapevole, degli interessati) di una quantità enorme di dati personali. Siamo noi stessi – con i nostri post, le nostre foto, i nostri video, le nostre *queries*, i nostri spostamenti – a fare sapere alle grandi piattaforme e ai loro gestori quali opinioni politiche abbiamo, quali leader politici seguiamo o detestiamo, quali orientamenti sessuali ci caratterizzano, quale religione seguiamo (se ne abbiamo una), che lavoro facciamo (o quale ci piacerebbe fare), chi frequentiamo, cosa mangiamo e con quale frequenza, dove facciamo le vacanze, quali libri leggiamo, quali film vediamo, quali paesaggi amiamo, quale musica ascoltiamo, quali itinerari percorriamo quotidianamente o occasionalmente, e così via. I *tech-giant* raccolgono meticolosamente le infinite *footprint* che lasciamo sulla Rete e finiscono per conoscerci meglio di quanto ci conosciamo noi stessi; e utilizzano questa conoscenza per scopi commerciali. L'80% della popolazione possiede uno *smartphone* e, come abbiamo già visto, passa 6 ore al giorno *on line*. A questo bisogna aggiungere l'Internet delle cose (IoT, *Internet of Thing*), che è già tra noi. Entro pochi anni ci saranno circa 50 miliardi di dispositivi abilitati alla connessione e ognuno di essi sarà un 'aspira-dati': automobili, frigoriferi, macchine del caffè, sistemi di illuminazione e di riscaldamento, braccialetti fitness, vestiti, segnali stradali, libri. Nessuno sarà al sicuro da questi giganti e insaziabili divoratori di dati. Si pensi alle *smarthomes*: si saprà quale è la nostra temperatura preferita, quando ci laviamo, cosa mangiamo, quanto a lungo dormiamo. Ogni dato verrà raccolto, classificato, analizzato. E l'uso di questi dati va al di là della nostra comprensione, perché essi vengono inseriti negli algoritmi, che governano i sistemi di IA e sono centrali nell'economia del nostro tempo: essi sono «the magic keys to the kingdom, which filter, predict, correlate, target and learn»[31]. Inutile dire che chi possiede queste chiavi (e i

30. È questo il titolo di un libro di Cathy O'Neil apparso nel 2016. Purtroppo nella traduzione italiana si perde il gioco di parole tra *math* e *mass* (c. O'NEIL, *Armi di distruzione matematica*, Bompiani, Milano 2017). Sulla stessa linea si colloca Bartlett, il quale scrive che «numbers are intoxicating, because they hold out the promise of a pure, exact, judgement-free answer» (*The People vs. Tech*, cit, p. 34-35). In realtà non bisognerebbe mai dimenticare che gli algoritmi, per quanto possano sembrare obiettivi, sono il riflesso degli orientamenti e dei valori dei loro creatori: come scrive O'Neil, sono opinioni formalizzate in un codice.

31. J. BARTLETT, *The People vs. Tech*, cit., p. 20.

dati) possiede un potere sociale e politico immenso: il problema del controllo dei *tech-giants* torna in tutti gli studiosi che si sono recentemente occupati dello stato di salute della democrazia (da Sunstein a Runciman, da Bartlett a Mounk a Di Gregorio)[32]. È il problema politico di democrazie (nazionali) sempre più deboli che devono fronteggiare imprese (multinazionali) sempre più forti; gli uni insistono su uno spazio fisico (che costituisce anche la loro base fiscale), gli altri operano nello spazio virtuale (e scelgono dove farsi tassare).
Per comprendere meglio le ricadute del binomio Big Data/IA sulla democrazia è utile fare riferimento a tre vicende. La prima è quella di Michal Kosinski e del suo algoritmo 'psicografico'. Basandosi soltanto su 200 like espressi su Facebook – e senza intervistare l'interessato – l'algoritmo riesce a fornire, in pochi secondi, un identikit notevolmente preciso di un individuo (orientamenti, gusti, studi, lavoro, atteggiamento verso la religione e così via). Il *modus procedendi* è semplice: l'algoritmo va alla ricerca di configurazione di like simili a quelle del soggetto considerato e compara quindi le caratteristiche degli individui. È la disponibilità di *big data* che fa la differenza. Quando si dispone di milioni di dati (si ricordi che Facebook ha 2 miliardi e 500 milioni di utenti), anche un individuo così originale da assomigliare soltanto al 10% dei suoi simili potrà essere confrontato con milioni di persone con una configurazione di like simile alla sua. La 'psicografia' è uno dei tanti possibili esiti del fatale incontro tra Big Data e IA: grazie ad esso in ogni ambito (assicurativo, bancario, finanziario, medico, legale, di reclutamento del personale, politico e così via) disporremo di macchine intelligenti in grado di prevedere in modo molto accurato comportamenti ed esiti, nonché di individuare soluzioni. Ma cosa accadrà, si chiede giustamente Bartlett, una volta che macchine intelligenti armate con *petabytes* di dati[33] saranno capaci di prendere decisioni migliori delle nostre? Saremo inesorabilmente spinti ad affidarci ad esse, perché ci eviteranno molti errori. Ma sarà difficile definire 'democratica' una politica in cui le decisioni vengono prese affidandosi a macchine intelligenti.
Sempre l'incontro tra Big Data e IA sta cambiando i connotati delle campagne elettorali. Qui il *case study* è quello di *Project Alamo*, dal nome del team incaricato di realizzare un'impresa ritenuta pressoché impossibile: far vincere le elezioni presidenziali del 2016 a Donald Trump. Attraverso l'analisi dei dati raccolti via *social* il team guidato da Brad Parscale e Teresa Hong individuò 13.5 milioni di elettori 'persuadibili' a votare per Trump in 16 Stati; analizzò i loro dati, li suddivise in gruppi omogenei (detti universi) e predispose una serie di contenuti su misura per loro, testandoli dapprima su Facebook al fine di vedere quale performava meglio. Il risultato è noto a tutti: questa accurata azione di *microtargeting* ha spostato, nei luoghi decisivi, i voti (non molti) che hanno determinato la vittoria di Trump. È uno schema d'azione usato anche dai sostenitori della Brexit, nonché da partiti e leader progressisti. Ma così facendo le elezioni, da confronto sulle *policies* da adottare, rischiano di diventare una guerra tra software e squadre di *data-analists*.
Infine, vi è il grande tema del lavoro e della diseguaglianza. Quando migliaia di persone perderanno il loro impiego, perché sostituiti da macchine intelligenti, quanti di loro saranno capaci di reinventarsi? Quanti saranno in grado di compiere l'*upgrade* conoscitivo che li metterà in condizione di stare al passo con le nuove tecnologie? Non si tratta solo, ad esempio, degli autotrasportatori e dei taxisti, ma anche di persone con elevato titolo di studio, come il funzionario di banca che si occupa di mutui o il commercialista

32. Sulle riflessioni di questi autori mi permetto di rimandare a S. DE LUCA, *Democrazia e tanatologia. Pensare la democrazia dopo Brexit e Trump*, in «Storia del pensiero politico», n. 3, 2019, pp. 479-494.
33. Un *petabyte* equivale a un milione di miliardi di *byte*. Ma ormai stiamo entrando nell'epoca degli *zettabyte*, pari a mille miliardi di miliardi (un trilione).

e anche l'avvocato che eseguono compiti routinari. È probabile che molte persone dovranno accettare di svolgere lavori più semplici, legati ai servizi alla persona e pagati poco. In tal modo potrebbe prendere forma una società caratterizzata da un crescente divario tra pochi individui – qualificati e ricchi, dotati di tutti i comfort e servizi e sempre più chiusi in *gated communities* – e una larga platea di persone a basso reddito che li assistono (qualcosa del genere, in alcune zone degli Stati Uniti, è già visibile a occhi nudo). Il problema non sarà quindi solo la disoccupazione, ma anche la diseguaglianza, ossia la scomparsa di quella classe media che costituisce il 'pilastro sociologico' della democrazia liberale.

Insieme alla classe media tende inoltre a scomparire, sempre in virtù del 'quartetto dirompente', la competizione all'interno del mercato. Internet, la rete decentrata e centrifuga, non ha prodotto un mercato più competitivo e distribuito, come si è a lungo ritenuto, ma un mercato oligopolistico, dominato dai cosiddetti *tech-giants* (Amazon, Alphabet, Intel, Microsoft e Apple). Questi investono cifre enormi in ricerca e hanno tali riserve di liquidità da poter comprare chiunque si affacci sul mercato e si proponga di competere con loro (basta ripercorre le loro strategie di acquisizioni di *start-up*). La loro naturale tendenza è al monopolio e alcuni economisti si sono chiesti, di recente, se la concorrenza non sia ormai un residuo del passato: solo il monopolio rende infatti possibili quelle economie di scala che sono necessarie per l'innovazione tecnologica (dunque dopo Marx andrà in soffitta anche Adam Smith?). E come altre grandi aziende nel passato, ora stanno convertendo il loro potere economico in influenza politica. Lo si comprende da quanto investono in attività di lobbying e dal fenomeno delle porte girevoli tra incarichi di governo e incarichi nelle *tech-industries*. Per ora non ci sono prove, secondo Bartlett e Sunstein, di cattive pratiche, ma il risultato di queste *sliding doors* è che le strutture che prendono decisioni politiche o aziendali tendono ad essere composte di persone simili, che condividono visioni e presupposti. Dal predominio economico all'egemonia politica e culturale il passo è breve, anche perché queste grandi aziende – a differenza delle *big companies* dell'era pre-digitale, come le compagnie petrolifere – non sono guardate con sospetto, sono popolari perché offrono meravigliosi servizi 'gratis'. E questi servizi sono il luogo in cui le persone vivono la metà (o più) della loro vita. Nei prossimi decenni potremmo quindi assistere alla nascita dei più grandi monopoli cross-industriali che siano mai esistiti, che diverranno così importanti per la salute e il benessere da non poter fallire. Saranno infatti gli unici capaci di risolvere sofisticati cyber-crimini, bloccare virus informatici, predire e prevenire shock economici, garantire la cyber-sicurezza delle grandi banche e del settore pubblico. La sfida che le *big tech* rappresentano per la democrazia non è quindi solo il loro valore economico, ma piuttosto la concentrazione di potere, dati e controllo nello spazio pubblico.

Tocqueville 2.0

In questo quadro, la democrazia appare frastornata, anzitutto dalla velocità del cambiamento. Se le innovazioni tecnologiche si succedono a cascata, con una velocità esponenziale, la democrazia (con il pluralismo delle opinioni e degli interessi, i tempi della discussione, i meccanismi di *check and balance*

tra poteri) resta lenta. È il prezzo che si paga per le libertà, individuali e collettive. Ma la perdita in termini di tempestività ed efficacia nel dare risposte alle domande dei cittadini è qualcosa che mina la credibilità della democrazia; anche perché gli stessi cittadini, come consumatori, sono abituati sempre più a ricevere risposte veloci ed efficienti dai servizi gestiti dai *tech-giants*, i quali – in virtù dei dati che posseggono e della capacità di estrarne informazioni al fine di formulare previsioni – sembrano spesso essere gli unici ad avere le risposte, a poter 'governare' la realtà e i suoi imprevisti (ultimo esempio, l'uso della rete e dei dati per far fronte alla pandemia Covid-19)[34]. Nel romanzo distopico *The Circle*[35], Dave Eggers mostra in più occasioni come la tecno-azienda al centro del racconto pensi di poter fare meglio ciò che dovrebbero fare il sistema sanitario, la polizia e, in ultima analisi, il governo. L'esito di questa pretesa – tecnicamente realizzabile e presentata nel più suadente dei modi – produce però, dal punto di vista etico, effetti mostruosi. Non a caso, la maggior parte degli studiosi che hanno riflettuto, in questi ultimi anni, sulla possibile fine della democrazia hanno sostenuto che ad essa non si sostituirebbe un regime brutalmente totalitario, in stile anni Trenta, ma un regime apparentemente democratico, gestito con sofisticati sistemi di intelligenza artificiale e guidato da un'élite di tecnocrati 'dolcemente' autoritari. Insomma, una sorta di versione tecnologicamente aggiornata della celebre previsione tocquevilliana: la versione 2.0 di un potere «assoluto, minuzioso, sistematico, previdente e mite».

34. Vale la pena di ricordare che il miglior libro sui Big Data, uscito nel 2013, iniziava ricordando che nel 2009 era stato scoperto un nuovo virus influenzale, l'H1N1, che si era diffuso molto rapidamente e aveva sollevato in tutti gli enti sanitari del mondo il timore che fosse in corso una terribile pandemia. Ma poche settimane prima che il virus finisse sulle prime pagine dei giornali «gli ingegneri del colosso informatico Google avevano pubblicato uno studio molto importante sulla rivista scientifica *Nature*. Il testo ha fatto scalpore tra i dirigenti sanitari e gli esperti di informatica, ma è stato praticamente ignorato al di fuori di quegli ambienti. Gli autori spiegavano che Google era in grado di prevedere la diffusione dell'influenza invernale negli Stati Uniti, non solo a livello nazionale, ma anche a livello regionale e nei singoli Stati. Poteva costruire quella previsione in base all'oggetto delle queries (ricerche) effettuate dagli utilizzatori di Internet. Ricevendo ogni giorno più di tre miliardi di queries e archiviandole tutte, Google aveva a disposizione una mole infinta di dati [...]. Così nel 2009, quando è scoppiata l'epidemia di H1N1, il sistema previsionale di Google si è rivelato un indicatore più utile e tempestivo delle statistiche governative, strutturalmente in ritardo rispetto al dato reale, e ha fornito informazioni preziosissime alle autorità sanitarie» (v. M. SCHÖNBERGER, K. CUKIER, *Big Data*, cit., pp. 9-11).

35. D. EGGERS, *Il Cerchio* [2013], Mondadori, Milano 2014.