

Eresie digitali

L'ULTIMA IDEOLOGIA, CON MILIARDI DI ADEPTI



di **Edoardo Segantini**

edoardosegantini2@gmail.com
@Segantini

La rivoluzione digitale non è solo un fatto ma anche un'ideologia, sostiene lo storico dei media Gabriele Balbi, che fa ricerca all'Università della Svizzera italiana. E, come tutte le ideologie, dice cose vere e spaccia cose false. Ma a chi serve, in fin dei conti? È forse questa la domanda cruciale che emerge da «L'ultima ideologia, breve storia della rivoluzione digitale» (Laterza). Un libro che ha tre meriti: è avvincente, è originale, è breve. Il racconto della rivoluzione digitale, così come abbiamo imparato a conoscerlo (e, ognuno nel suo piccolo, a crearlo) serve innanzitutto alle aziende che progettano, sviluppano e vendono tecnologie, applicazioni e prodotti digitali. L'ideologia della rivoluzione serve insomma innanzitutto a fare soldi. I suoi profeti più celebri sono grandi imprenditori che, tra i talenti in loro possesso, hanno quello di presentarsi al mondo come santoni. E di far credere al pianeta che il loro intento sia quello di diffondere idee. Attraverso questa strada i vari Gates, Jobs e Zuckerberg — creatori di colossali aziende private e globali — si sono assegnati un ruolo guida anche rispetto ai governi, incluso il governo americano. «Ogni intervento contrario all'espansione delle aziende digitali — scrive Balbi — viene descritto come contrario alla

stessa rivoluzione digitale e, quindi, come un tentativo di bloccare un processo mondiale e inarrestabile». Ma ciò non sarebbe potuto accadere se il loro messaggio non fosse stato accolto con il consenso entusiasta di miliardi di esseri umani, ben felici di cedere i propri dati personali in cambio di servizi prima inesistenti e poi considerati irrinunciabili. Inoltre «niente — scrive Balbi — è più rassicurante che sentirsi parte di un cambiamento epocale che, oltretutto, viene ricordato come decisivo per l'umanità». Per questa ragione il mito della rivoluzione digitale appare destinato a durare ancora a lungo. Ma alcuni cambiamenti sono possibili, a cominciare da un ridimensionamento del potere degli oligopoli tecnologici. Possibili e sperabili.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.