

POTENTE PERCHÉ UNIVERSALE IL DIGITALE È COME UN ROCK

di MASSIMO ROSPOCHER

Parafrasando una nota espressione di Karl Marx, si può dire che la rivoluzione digitale sia la locomotiva della storia recente. Soppiantando la forza propulsiva delle rivoluzioni politiche o economiche del Novecento, quella digitale ha promesso, e continua a promettere, l'illusione di un mondo nuovo e migliore.

Nonostante una retorica tutta focalizzata sul presente la descriva come un fuoco divampato rapidamente, le origini di questa rivoluzione risalgono almeno agli anni Cinquanta del secolo scorso. Come è stata raccontata questa «rivoluzione permanente» nei media, nei prodotti culturali, nelle parole di politici, imprenditori, di tutti noi? Come si distingue dalle rivoluzioni del passato? Quali interessi politici, economici e socioculturali nasconde e veicola? A queste domande risponde il libro di Gabriele Balbi *L'ultima ideologia* (Laterza, pp. 152, € 14), che ne ripercorre la storia (nemmeno troppo breve), mettendo in luce le narrazioni che l'hanno accompagnata fino a oggi.

Quella di vivere immersi in una rivoluzione digitale è oggi un'idea talmente pervasiva, potente e incontestata da apparire come una vera visione del mondo dominante. Imponendo un'ulteriore accelerazione alla presenza del digitale nelle nostre abitudini quotidiane, la pandemia da Covid-19 ha acuito la percezione diffusa di vivere un momento di cambiamento radicale per l'umanità. In un'epoca in cui le ideologie politiche e religiose sono irrimediabilmente in crisi, la rivoluzione digitale si configura come l'ultima ideologia globale dei nostri tempi. Un'ideologia depurata da tutte le accezioni negative del termine e nella cui retorica rivoluzionaria non c'è un potere costituito da rovesciare con la violenza, ma soltanto la promessa di un futuro migliore del passato. Nelle narrazioni degli adepti, la trasformazione digitale diviene il motore che innesca altri mutamenti radicali nella società.

Grazie ad essa lavoreremo tutti in maniera più smart, il pianeta diventerà più green, i mercati finanziari vivranno un'età dell'oro, la rappresentanza politica sarà più efficace, per citare soltanto alcuni presunti effetti di questa rivoluzione che da decenni

vengono ritenuti imminenti.

L'ultima ideologia ha assunto i canoni di una quasi-religione nel mondo contemporaneo. Una religione che ha creato patriarchi e santi patroni (l'informatico Alan Turing o il mediologo

Marshall McLuhan); profeti ed evangelisti (imprenditori-guru come Steve Jobs o Elon Musk); reliquie (dagli orologi digitali ai Cd Rom, fino allo smartphone); mecche e santuari (le Silicon Valley disseminate in vari angoli del pianeta). Anche gli eretici o gli infedeli che ne criticano i risvolti sociali nefasti e ne predicano le sventure, pur cercando di smascherare le illusioni, non mettono in dubbio il carattere rivoluzionario del digitale.

In uno dei testi sacri di questa religione laica, *Essere digitali* (Sperling & Kupfer, 1995), l'informatico Nicholas Negroponte spiega le ragioni del fascino esercitato dalla rivoluzione digitale con il fatto che il suo messaggio e le sue caratteristiche «sono universali come la musica rock». Tuttavia, oltre che all'universalità del suo messaggio, questo libro ci ricorda che il successo planetario dell'ultima ideologia è dovuto alla capacità di far convergere gli interessi di tutti gli attori coinvolti, dai manager delle corporation ai politici delle grandi potenze, impegnati nell'investire miliardi nella «trasformazione digitale» del mondo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

