

IL LIBRO

Se la tecnologia diventa umanistica Ecco il mondo nuovo che ci aspetta

Maurizio Ferraris racconta in "Documanità" il legame tra filosofia e digitale e le trasformazioni in atto

LUCATADDIO
GABRIELE GIACOMINI

Il prossimo anno l'Università di Udine avvierà una sinergia con l'Università di Torino: il Master di Filosofia digitale (alla sua terza edizione) diventerà interateneo e sarà diretto anche da Maurizio Ferraris. I temi del Master e, più in generale, il legame tra filosofia e digitale sono magistralmente affrontati nell'ultimo libro di Ferraris, *Documanità. Filosofia del mondo nuovo* (Laterza, 2021), che sarà presentato alla prossima edizione di vicino/lontano. Un testo imprescindibile per tutti coloro che intendono fare i conti con i cambiamenti legati alla trasformazione digitale. La filosofia non può esimersi dal compito di pensare il mondo contemporaneo e il testo risponde a questa istanza, cercando non solo di individuare i caratteri essenziali alla base del digitale, ma anche di offrire una prospettiva che ci consenta di rendere sostenibile i costi della trasformazione in atto.

Umanità tecnologica e tecnologia umanistica sono, insieme, la cornice all'interno della quale Ferraris fornisce una concreta proposta per un "mondo nuovo". Coerentemente, l'umano è immerso in un mondo automatizzato, ma è un polo essenziale che conferisce senso al processo ai processi che strutturano quel mondo: così la tecnologia diventa umanistica. Ciò implica generare "un webfare, che significa libertà dai bisogni materiali come pure dall'ignoranza e dal pregiudizio". Il webfare, detto

banalmente, è una forma di stato sociale pagato dalle piattaforme web (ai vertici del mondo per capitalizzazione, ma non per addetti). Il punto centrale è che, per realizzare il webfare, occorre trovare un equilibrio tra tutti gli elementi coinvolti dalla relazione tra natura (umana) e tecnica, rimanendo proprio nell'ambito della cornice di cui sopra. Ciò significa, da un lato, promuovere senza passatismi lo sviluppo di ambienti tecnologici (in primo luogo, in questi anni, quelli delle piattaforme digitali, le celebri Gafam - Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft): l'uomo è povero di mondo e bisognoso di tecnologia. Dall'altro lato, si tratta di orientare il processo tecnologico (ed economico) in senso antropologico, secondo un ideale di giustizia umana: la tecnologia "non può che essere" inscritta in un ordine etico e sociale, determinato dalle vite delle donne e dagli uomini.

Circa questo difficile equilibrio, risultato di spinte contrapposte eppure complementari, appare significativa una celebre raccomandazione di Metternich, citata da Ferraris nell'incipit dell'ultimo capitolo di *Documanità*: "Gli abusi del potere generano le rivoluzioni; le rivoluzioni sono peggio di qualsiasi abuso. La prima frase va detta ai sovrani, la seconda ai popoli". "Quanto a noi - aggiunge e precisa Ferraris - la prima frase va detta alle piattaforme, la seconda agli utenti e al loro rappresentanti". Insomma, l'umano può essere danneggiato dalla tecnologia, ma essere privi di tecno-

logia, rinunciare ai suoi grandi progressi, può rivelarsi un danno ancora peggiore. Il cavallo delle piattaforme va quindi addomesticato, non abbattuto. Se non si ha la forza necessaria di addomesticarlo, si cade a terra e ci si può fare male, ma, se lo si abbatte, poi tocca camminare a piedi e viaggiare molto più scomodi.

Analizzando sociologicamente ed economicamente le grandi piattaforme digitali, sappiamo non soltanto che esse stanno accumulando enorme valore e sproporzionate ricchezze, ma anche e soprattutto che il loro successo si fonda sulla straordinaria capacità di far incontrare diverse categorie di utenti.

Questa capacità è alimentata proprio dai dati offerti dagli utenti: però l'umanità, il più delle volte, lavora gratuitamente per le piattaforme. O meglio, come sostiene precisamente Ferraris, "ogni registrazione è capitalizzazione attuale o potenziale, dunque valore". In cambio della gratuità dei servizi, le persone cedono i loro dati e su questi dati - al netto del costo dell'erogazione del servizio - le piattaforme si arricchiscono enormemente: è un "plusvalore documentale". Ancora Ferraris: "si sente e si legge sempre: se è gratis, il prodotto sei tu. Non è vero. Se è gratis, il produttore sei tu". La rivoluzione informatica ha trasformato azioni passive, come l'ozio, in attività economicamente rilevanti e spendibili: tutto è potenzialmente sfruttabile. L'otium e non il negotium.

E così i big data, "big" pro-

prio in quanto nutriti dalle attività di miliardi di persone, potenziano l'intelligenza artificiale delle macchine, il vero e proprio asso nella manica delle piattaforme. L'analisi psicografica - resa sempre più precisa dalla massa di dati immessa dagli utenti del Web - permette una migliore profilazione, la profilazione abilita il microtargeting, il microtargeting fa fare un sacco di soldi. Per non contare tutti i nuovi servizi basati sui dati che vanno oltre l'aspetto pubblicitario: pensiamo all'ambito assicurativo, a quello ambientale, della mobilità, e chi più ne ha più ne metta. Ma, se l'input economico nel processo economico è umano, ciò va riconosciuto e, se pure il consumo è umano, ciò va alimentato, in entrambi i casi dando vita a una nuova fase sociopolitica, caratterizzata dal webfare.

In conclusione, parafrasando Keynes, quali saranno le "prospettive filosofiche per i nostri nipoti"? Le basi su cui Ferraris concepisce il mondo in cui vivremo (un mondo, parrebbe, frutto di una concezione politica progressista) sono essenzialmente tre: il consumo, che anima l'apparato tecnico fornendogli finalità umane da soddisfare ("è tanto facile espellere gli umani dal ciclo produttivo quanto è difficile prescindere nel ciclo economico" - argomenta Ferraris), l'educazione, ovvero la possibilità di promuovere qualcosa di esclusivamente umano, "che non è alla portata di nessun computer", e infine l'invenzione, ovvero la capacità autopoietica degli umani. Insomma, come direbbe Popper, il futuro è aperto. —



Città sempre più digitali nel futuro in cui la tecnologia sarà sviluppata e fornirà sempre nuove opportunità



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.