

Digitale. I big data non sono virtuali ma reali: chi li raccoglie, governa e gestisce ha oggi il controllo dell'accesso a mercato, informazioni e relazioni di milioni di persone

La rivoluzione immateriale

Stefano Quintarelli



Street art. Dante's Backup, Labadanzky, Bonobolabo-Magazzino Art gallery, Ravenna-Bologna. L'autore sarà in mostra al festival presso il Consorzio creativo di Modena

Stefano Quintarelli

Con velocità crescente tutti gli oggetti avranno un computer: maniglie, prese elettriche, lampadine, termosifoni, tavoli, bottiglie dell'acqua incorporeranno dei computer. Questi computer raccolgono dati e li comunicano a chi li raccoglie nei *big data*; quindi il problema diventa chi gestisce quei dati: chi li raccoglie, chi li archivia e chi ne governa l'accesso.

Preferisco parlare di materiale e immateriale e non di reale e virtuale perché le cose digitali sono molto reali, mentre la parola «virtuale» – dal latino medievale *virthualis* – si porta una connotazione di non realtà. Ne parlo come due diverse dimensioni perché l'una non è alternativa all'altra ma si supplementano. Qualsiasi oggetto nel suo ciclo di vita ha una grandissima parte di immaterialità. Anche per un bene materiale il suo valore è in grande parte «immateriale»: lo compriamo perché ci interessa la sua funzione e quindi per gli aspetti materiali, ma il suo valore

è in gran parte dato da asset immateriali descritti e governati dai dati.

Produrre, riprodurre e immagazzinare e trasferire cose materiali presenta dei costi elevati, produrre cose immateriali (dati) ha dei costi molto inferiori e poi riprodurre, immagazzinare e trasferire cose immateriali ha dei costi che sono marginali o nulli. Spostare gli atomi richiede tempo, spostare dati non richiede tempo, è istantaneo.

I dati vengono gestiti da nuovi intermediari; è errato ritenere che Internet sia uno strumento di disintermediazione. Lo fu quando nacque nelle università, grazie al fatto che si definivano le regole e ciascuno si faceva il proprio *software* che consentiva agli utenti di gestire in proprio i dati. Il sistema di posta elettronica esiste perché qualcuno ha definito le regole. Se voglio collegarmi a un sistema di posta elettronica globale, collego il mio *server* alla rete e questo è immediatamente capace di inter-operare con il server di chiunque altro perché sono state definite le regole. In questo senso Internet fu un sistema di disintermediazione, perché consentì a chiunque di partecipare a questo flusso di comunicazioni. Se oggi volessi fare la stessa cosa con Whatsapp, non potrei perché Whatsapp nasce chiusa, come un silos. Negli ultimi decenni Internet si è sviluppata con servizi a silos, anche Facebook, AliBaba, ecc.

Questa impossibilità è stata determinata dalla scelta regolamentare di non imporre l'interoperabilità dei servizi, ma di lasciare libera la strada alla nascita di servizi a silos. Ciò ha determinato che Internet oggi non sia più uno strumento di disintermediazione, ma di reintermediazione. Una reintermediazione che prima traeva una parte del valore dalla geografia e dagli atomi, mentre adesso è una reintermediazione algoritmica che trae valore dai dati.

Il fatto che tutto sia connesso, la crescita dei big data e della capacità di elaborazione, comporta che sia possibile che colui che offre un servizio possa ritagliare l'offerta su misura per ciascuna persona perché tutte le briciole digitali che ognuno lascia *online* consentono a chi le controlla di personalizzare messaggi e offerte su base individuale. Ieri la segmentazione del pubblico si faceva su testate e reti televisive; oggi Cambridge Analytica (e simili) sfruttano tecniche di profilazione e personalizzano le offerte fin su base individuale. Un nuovo entrante in un mercato che si trovi a scontrarsi con chi ha una perfetta conoscenza degli utenti non può competere perché l'*incumbent* sarà in grado di fare un'offerta sicuramente precisa nel momento giusto, molto più di quanto sia in grado di farla il nuovo entrante. I nuovi entranti hanno un disincentivo a competere all'interno dei mercati presidiati da incumbent che hanno già accumulato dati. L'incentivo diviene competere per assumere la dominanza del mercato a livello mondiale. Questa è una tendenza naturale frutto delle scelte regolatorie accennate in precedenza.

Nell'arco di poco tempo, la dimensione materiale nella quale siamo sempre stati abituati a vivere, si è arricchita di una dimensione immateriale che è la principale interfaccia utente per le relazioni sociali ed economiche delle persone. Chi controlla questa interfaccia utente, controlla l'accesso a mercati, informazioni e relazioni.

Nella dimensione immateriale, tutti i nostri atti sono intermediati da dei soggetti, generalmente monopolisti o oligopolisti che intermediano tutte le nostre comunicazioni, discriminano le informazioni che otteniamo e ci portano a scegliere un certo percorso piuttosto che un altro. Ciò non accade solo per l'*ecommerce* ma anche per i diritti civili, politici, eccetera.

Se la tecnologia innesca la nascita del problema, la tecnologia ci offre gli ingredienti per risolverlo consentendoci di controllare la fruizione dei nostri dati e riaprendo la concorrenza online superando i monopoli, facendo in modo che la competizione sia nuovamente nel mercato e non per il mercato. Esistono modi tecnici per risolvere questi problemi; ciò che serve è la volontà di farlo, affrontando le complesse negoziazioni tra i paesi che traggono un vantaggio dallo status quo e quelli che ne subiscono gli effetti.

Come approfondisco nel libro *Capitalismo Immateriale – Le tecnologie digitali ed il nuovo conflitto sociale*, se la rivoluzione industriale ci ha immersi nel conflitto tra capitale e lavoro, la rivoluzione digitale aggiunge all'equazione anche l'informazione, con un nuovo conflitto che avvolge e sovrasta il precedente. Un conflitto che potrà essere risolto solo quando le persone esprimeranno una pressione sufficiente a fare emergere la necessità di una Politica digitale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'autore sarà a Modena in Piazza Grande venerdì 18 settembre alle ore 16