

Prefazione

*di Carlo Formenti**

Situare l'avvento delle tecnologie digitali nel contesto della storia moderna è impresa non banale, resa ancora più complessa dal fatto che quasi tutti coloro che la affrontano, qualsiasi sia il punto di vista disciplinare dal quale studiano il fenomeno (tecnoscientifico, storico, economico, socioculturale, antropologico ecc.), tendono a schierarsi in due eserciti contrapposti: quello dei continuisti e quello dei discontinuisti.

Nel primo, si arruolano coloro che amano parlare di «rivoluzione» digitale (Negroponte, 1995), o che – sulla scia di McLuhan – ricostruiscono l'intera storia dell'umanità come successione di «salti evolutivi» innescati dalle scoperte nel campo delle tecnologie di comunicazione (Lévy, 1996). Questi ultimi indicando generalmente nella transizione al digitale il più radicale di tali salti, un vero e proprio «mutamento di paradigma» (Kuhn, 1969), più destabilizzante dell'invenzione della stampa e paragonabile solo alla transizione al neolitico.

Sul fronte opposto, troviamo coloro che – optando per la prospettiva dei tempi lunghi, e pur senza negare la natura fortemente innovativa delle tecnologie digitali e la radicalità dei loro effetti su economia, società e cultura – mettono in luce l'esistenza di significativi elementi di continuità con il passato: a volte evidenziando il persistere di una «mitologia della comunicazione» (Mattelart, 2003) lungo tutti i secoli della modernità, a volte registrando le molte analogie che accomunano le innovazioni dell'ultimo secolo, alimentate dalla medesima, inesauribile «fame di comunicazione» (Ortoleva, 2009).

L'autore del libro che avete in mano – l'austriaco Viktor Mayer-

* Professore di Storia e tecnica dei nuovi media all'Università di Lecce.

Schönberger – è senza dubbio più vicino al campo dei discontinuisti, visto che la sua appassionata perorazione della necessità di riscoprire le virtù dell’oblio si fonda sulla seguente tesi: l’avvento delle tecnologie digitali ha provocato la rottura dell’equilibrio millenario che, lungo tutto il corso della storia umana, ha costantemente fatto sì che dimenticare fosse la norma e ricordare l’eccezione. Un punto di vista che Schönberger costruisce avvalendosi di una ben fornita «cassetta degli attrezzi» scientifici – a lungo docente alla Kennedy School of Government di Harvard, fondatore di una società di software, è oggi direttore del Centro di Ricerca sulle Politiche per l’Informazione e l’Innovazione dell’Università di Salisburgo – e di uno stile argomentativo chiaro e gradevole.

Partiamo dalla sua ricostruzione storico-antropologica del problema. Dimenticare è facile, in quanto l’oblio è inscritto negli stessi meccanismi biologici della specie: se il nostro cervello non compisse una feroce e continua opera di selezione, scegliendo quali informazioni registrare in mezzo all’enorme mole di dati che i nostri sensi raccolgono ininterrottamente dal e sul mondo, non ci sarebbe letteralmente possibile agire. Ricordare, viceversa, è faticoso, difficile e costoso. È costoso in termini energetici, nel senso che si tratta di un processo che va contro la seconda legge della termodinamica, in ragione della quale i sistemi evolvono spontaneamente verso l’entropia e il disordine, per cui invertire la tendenza richiede lavoro (e implica che il sistema «esporti» entropia e disordine nel proprio ambiente). Ed è costoso (in termini di tempo, fatica, denaro) per gli individui e per la società, che devono compiere grandi sforzi per combattere la tendenza naturale all’oblio. È però evidente, aggiunge Schönberger, che il gioco deve valere la candela, se è vero che l’umanità si è sempre strenuamente impegnata a migliorare la propria capacità di ricordare. Ricordare aiuta infatti a rendere la vita più facile e sicura, permettendoci di condividere il «know-how» che soggetti lontani nello spazio e nel tempo (antenati, altri popoli ecc.) hanno acquisito con le loro esperienze.

La via regia per aggirare l’ostacolo della congenita «debolezza» della umana memoria, è sempre stata la sua «esteriorizzazione» (Leroi-Gourhan, 1977). Dal primordiale strumento del linguaggio, che ha consentito all’*homo sapiens sapiens* di prevalere sui neanderthaliani «mettendo in comune» i ricordi degli antenati attraverso la trasmissione orale, alla scrittura che, dopo secoli di evoluzione, si è trasformata – grazie all’in-

venzione della stampa – da strumento controllato da ristrette élite a prodotto di massa, fino all’irruzione dei moderni media elettrici – radio e televisione su tutti – che hanno impresso una formidabile accelerazione al processo di costruzione di una memoria condivisa.

Ognuno degli eventi appena citati ha determinato una progressione geometrica della nostra capacità di memoria, argomenta Schönberger, senza tuttavia risolvere alla radice il problema dei «costi» del ricordare: malgrado l’invenzione della stampa risalga al XV secolo, per esempio, è solo nel primo Novecento che i prezzi dei libri scendono abbastanza da consentire una crescita vertiginosa del numero dei lettori. E ancora: grazie alle tecnologie elettroniche del secolo scorso la mole di informazioni acquisite e registrate è aumentata in modo mostruoso ma, mentre i costi delle apparecchiature utilizzate per tali operazioni sono calati, sono cresciuti i costi per «estrarre» le informazioni utili dalla massa debordante di dati che è venuta così accumulandosi. Insomma, conclude l’autore, in barba a tutte le invenzioni degli ultimi duemila anni, ricordare è sempre rimasto più difficile e oneroso che dimenticare, ma, soprattutto, è rimasto privilegio di élite, prima ristrette (gli ecclesiastici medievali), poi progressivamente più numerose (gli strati sociali medio-elevati che governano le società moderne).

L’irruzione delle tecnologie digitali neutralizza nel giro di pochi decenni gli effetti dei trend millenari appena descritti, facendo letteralmente «deragliare» il percorso evolutivo della memoria umana. In primo luogo, grazie ai computer, diviene possibile duplicare all’infinito ogni genere di informazione (testi, immagini, suoni ecc.) a costo zero, e senza che le «copie» (in effetti non ha più senso definirle tali) subiscano la minima perdita di qualità rispetto all’originale. Inoltre, al pari di altri studiosi dei *new media* (Manovich, 2002), Schönberger ci invita a concentrare l’attenzione sul fatto che – contrariamente a quanto avveniva con l’informazione analogica, che poteva essere condivisa solo utilizzando infrastrutture *ad hoc*, separate le une dalle altre sotto ogni aspetto: tecnologico, economico e culturale – l’informazione digitale viene prodotta, condivisa e distribuita da un’unica «macchina tuttofare», cioè il computer (o meglio, i milioni di computer interconnessi attraverso internet, che costituiscono ormai un’unica macchina planetaria).

In questo modo, la memoria sociale condivisa si dilata mostruosamente e diviene accessibile a livello universale: non si tratta esclusivamente

di accessibilità tecnica, ma anche – ed è soprattutto quest’ultima novità a fare la differenza – di accessibilità economica, visto che i costi delle tecnologie digitali tendono a calare con una rapidità paragonabile solo a quella del loro incremento di potenza. Questo crollo rapido e vertiginoso dei costi (energetici, economici e socioculturali) di memorizzazione, argomenta Schönberger, fa sì che oggi l’antico equilibrio fra ricordare e dimenticare sia sovvertito: ricordare è diventato la norma, dimenticare l’eccezione. Individui, istituzioni e imprese «ricordano» – nel senso che memorizzano su vari supporti digitali – letteralmente tutto. Se infatti prima lo sforzo necessario a ricordare funzionava da filtro, oggi lo sforzo e, quindi, il filtro non esistono più: ci possiamo permettere, per usare le parole di un altro autore (Carr, 2008) di «sperperare» allegramente risorse di potenza computazionale e di memoria mostruosamente superiori alle nostre reali esigenze. Tanto più che non abbiamo nemmeno più il problema di spendere soldi ed energie per estrarre da tutto questo ben di Dio quello che di volta in volta ci serve: Google ci guida fra i meandri dei trilioni di pagine pubblicate in rete, così come Spotlight (o analoghi programmi) ci illumina la strada per recuperare quanto serve da tutto il ciarpame che abbiamo stivato nel nostro Mac.

I teorici della nuova economia dell’informazione della conoscenza, da Manuel Castells (2002-03) a Yochai Benkler (2007), vedono in questa «sovversione digitale» i presupposti di un nuovo modo di produrre, caratterizzato da una redistribuzione del controllo sui mezzi di produzione, da un drastico calo delle soglie di ingresso al mercato della produzione/distribuzione di conoscenze e informazioni, da nuove forme di cooperazione sociale motivate da finalità extraeconomiche e dal conseguente ridimensionamento del ruolo della proprietà privata. Vedono anche (Castells, 2009) i presupposti di una redistribuzione del potere dai governi ai cittadini attraverso la nascita di inedite forme di democrazia partecipativa e deliberativa.

Nei confronti di questi «discontinuisti» euforici, la posizione di Viktor Mayer-Schönberger incarna una prospettiva discontinuista che, se sarebbe sbagliato definire disforica – lo studioso austriaco non nega, per esempio, le straordinarie opportunità di crescita che la rivoluzione digitale offre all’economia globale –, appare tuttavia assai più «prudente», tesa com’è a evidenziare l’enorme portata delle sfide che la trasformazione in atto comporta. In particolare, egli analizza i costi del «tramonto

dell'oblio» da tre punti di vista (in realtà nel libro ve ne sono altri, ma qui ci concentreremo su questi): il primo psicologico/antropologico – che si occupa della perdita di orientamento temporale dei soggetti –, gli altri due, rispettivamente socioculturale e sociopolitico – che, diversamente intrecciati al tema della privacy, denunciano la perdita di controllo dei cittadini-consumatori sulle informazioni che li riguardano, nonché gli effetti di tale perdita sui rapporti di potere economici e politici. Seguendo la sequenza appena fissata, esamineremo ora le argomentazioni di Schönberger in merito a ognuno dei tre punti.

Si è già ricordato come l'oblio svolga un ruolo essenziale nei meccanismi di funzionamento del sistema nervoso: se il cervello non si limitasse a registrare una minima parte dei dati che gli arrivano attraverso i canali sensoriali, si è detto, la nostra stessa capacità di vivere e agire ne sarebbe minacciata. A conferma di tale assunto, Schönberger cita due esempi, il primo letterario il secondo clinico. Quello letterario si riferisce a un celebre racconto di Jorge Luis Borges, *Funes. O della memoria*. Il protagonista del racconto, il quale ricorda ogni minimo istante della propria vita, anche le venature di una foglia che ha visto cadere anni prima, vive in uno stato di totale passività, eternamente immerso in un flusso mnemonico che ne annienta qualsiasi velleità di azione.

L'esempio clinico offre alla speculazione del grande scrittore argentino una clamorosa conferma empirica: una giovane donna californiana, a causa di un rarissimo problema neurologico, si è venuta a trovare nella stessa condizione di Funes, e gli effetti sono stati esattamente quelli immaginati nel racconto. La donna, sommersa dall'ingestibile marea dei suoi ricordi, vive nel passato, senza poter gestire l'esperienza del «tempo reale» né, tanto meno, immaginare un futuro.

Naturalmente, e per fortuna, la memoria digitale globale da cui noi tutti ci troviamo oggi circondati, non è in grado di produrre effetti altrettanto devastanti – lo potrebbe fare solo se, come certi racconti di fantascienza immaginano, il nostro cervello potesse connettersi direttamente a quella sorta di megacervello planetario che è la Rete – almeno finché ognuno di noi sarà in grado di scegliere se e quando tuffarsi nel mare dei dati (non a caso si parla di navigare in internet). Ciò non toglie che l'esistenza stessa di una memoria globale, in cui il passato, il presente (e, per certi aspetti, anche il futuro) convergono e si appiattiscono su una sorta di eterno presente, dove tutto appare contemporaneo, produca una

crescente difficoltà – soprattutto nelle generazioni dei *digital natives* – di classificare e ordinare i fatti nella loro corretta sequenza temporale. Chi scrive ha parlato altrove (Formenti, 2009) di «effetto Matrix», riferendosi alla distorsione dell'esperienza temporale provocata dalle macchine che dominano l'umanità nel celebre film dei fratelli Wachowski.

Veniamo ora al secondo punto, in cui il lettore viene indotto a meditare sulla «leggerezza» con cui gli internauti, soprattutto i più giovani, depongono qualsiasi preoccupazione in merito alla necessità/opportunità di proteggere la riservatezza dei propri dati personali. Schönberger cita, in merito, i risultati di una ricerca effettuata da Pew Research, secondo cui, nel 2007, due teenager americani su tre (con una netta prevalenza delle femmine sui maschi) avrebbero partecipato a varie attività di creazione di *user generated content*, il che – tenuto conto che si tratta in genere di materiali pubblicati su blog, pagine e profili di social network come MySpace, Facebook e YouTube – significa che hanno messo in circolazione informazioni personali, non poche delle quali, presumibilmente, «sensibili» (età, sesso, abitazione, gusti e inclinazioni sessuali, razza, fede religiosa, stato di salute, opinioni politiche, abitudini quotidiane ecc.).

Fra le cause del fenomeno, Schönberger cita: la trasformazione – a partire dal cambio di millennio – dell'architettura stessa del Web (la transizione al cosiddetto Web 2.0), sempre più utilizzabile e di fatto utilizzato come strumento di condivisione delle piuttosto che di accesso alle informazioni; la diffusa inconsapevolezza, da parte degli utenti/consumatori, del fatto che, una volta condivise, le informazioni sfuggono totalmente al loro controllo e possono essere usate da governi e imprese a fini che essi ignorano totalmente; infine il fatto che – a suo giudizio – gli esseri umani cercherebbero di compensare il rallentamento del loro tasso riproduttivo (la sola, vera forma di immortalità di cui abbiano finora potuto disporre) con la nuova forma di immortalità che l'ipertrofia della memoria digitale sembra garantire (alla fama riservata ai grandi della storia, e ai dieci minuti di notorietà promessi da Andy Warhol, subentra la traccia indelebile che ogni nostra azione in Rete lascia nella *cache* dei motori di ricerca).

Personalmente, ritengo piuttosto debole l'ultimo argomento, visto che l'esibizionismo digitale non colpisce in misura minore le popolazioni che conservano tassi di natalità ben più elevati di quelli dei paesi occidentali. Lo stesso Schönberger, del resto, ammette che la sfrenata

ricerca di «visibilità» è un fenomeno iniziato assai prima del Web e già ampiamente osservato in relazione ai media tradizionali. Elaborando concetti quali «tirannia dell'intimità» (Sennett, 2006), avvento di una società «antidrammaturgica» (Goffman 1969), crisi del «senso del luogo» (Meyrowitz, 1993), tutta una serie di autori ha messo in luce come la società moderna – a partire dall'Ottocento e con una formidabile accelerazione nella seconda metà del secolo scorso – fosse già in marcia verso il superamento del confine che separa vita pubblica e vita privata. Non a caso, lo stesso concetto di privacy nasce nel momento in cui la sfera privata appare minacciata dalla crescente capacità di penetrazione degli occhi e delle orecchie di vecchi e nuovi media nello spazio domestico, oltre che nei mondi dello spettacolo, dello sport e della politica. Ciò che alcuni definiscono (Codeluppi, 2007) «vetrinizzazione sociale», sembra piuttosto il tentativo di reagire all'indebolimento delle tradizionali identità sociali «forti» (appartenenze di classe, ideologiche ecc.), processo che costringe l'individuo a un continuo e faticoso lavoro di «costruzione» della propria identità. Per esistere – visto che la società non garantisce più giustificazioni alla nostra esistenza – dobbiamo renderci «visibili». Ma è precisamente nella forbice che si apre fra il desiderio di apparire e il desiderio – non meno pressante – di controllare «come» si appare, che si dispiegano le aporie della privacy. Il nostro è un «io diviso» (Rodotà, 2005) che vorrebbe godere insieme dei benefici della pubblicità e delle garanzie della riservatezza, mentre la libertà di scegliere se e quando esibirmi e se e quando rimanere al riparo dallo sguardo altrui tende a ridursi drammaticamente (soprattutto perché spesso si è esposti allo sguardo altrui senza saperlo – vedi l'uso pervasivo delle telecamere in luoghi pubblici). In questo gioco c'è chi vince e c'è chi perde, le nuove tecnologie della memoria ridisegnano i rapporti di forza sociali, politici ed economici: il che ci porta a ragionare sul terzo punto affrontato da Schönberger.

Si è appena detto che, anche per il più inveterato degli esibizionisti, il punto non è solo apparire, ma anche controllare l'immagine di sé che proietta. Ebbene, il punto è esattamente questo: controllo. Controllare la propria immagine pubblica significa rivendicare implicitamente l'esistenza di un «diritto all'oblio» (Rodotà, 2006; Paissan, 2009). Mayer-Schönberger cita numerosi esempi di come l'avvento di una memoria digitale totale stia di fatto cancellando, più che questo diritto – che in

quanto tale non è mai stato formalizzato –, la stessa possibilità – di cui ogni essere umano aveva fino a oggi goduto – di «ridisegnare» periodicamente la propria identità. Le persone evolvono, sia perché il carattere matura con l'avanzare dell'età, sia perché le esperienze vissute le possono indurre a cambiare convinzioni politiche, fede religiosa, principi morali e comportamenti etici ecc. Il «fricchettone» può trasformarsi in impiegato modello, il tossicodipendente può emanciparsi dalla dipendenza e riprendere una vita normale, l'imprenditore fallito può avviare inedite attività di successo, il criminale può ravvedersi e cambiare vita, e così via.

Ma che cosa succede se i nostri «peccati» vengono registrati indelebilmente in una memoria destinata a durare eternamente, se, come dice Schönberger, si prospetta l'avvento di un futuro «incapace di perdonare perché non può più dimenticare»? I casi sempre più frequenti di licenziamenti, incarichi negati, carriere rovinate, ambizioni politiche fallite perché i soggetti interessati hanno avuto la pessima idea di pubblicare informazioni «compromettenti» (giudizi su un capo, foto di una festa un po' troppo «allegra», confessioni su marachelle giovanili) sul proprio blog o sulla pagina di qualche social network, rispondono in modo eloquente all'interrogativo.

Ma c'è ben di peggio: gli immensi database della Rete offrono, a chi ne abbia l'interesse, l'opportunità di scavare a fondo nella vita anche di coloro che non hanno alcuna vocazione esibizionistica, dal momento che la stragrande maggioranza delle informazioni che ci riguardano vengono acquisite e circolano a nostra totale insaputa. Seguendo una via percorsa da altri critici (Gruppo Ippolita, 2007) della presunta «bontà» (sbandierata con il famoso motto aziendale «Don't be evil») di Google, Schönberger ricorda come il «re» dei motori di ricerca abbia ammesso, nella primavera del 2007, di avere salvato ogni singola ricerca effettuata dai propri utenti, nonché ogni singolo risultato cliccato. Google sa cosa cerchiamo, come e quando lo cerchiamo, quali risultati ci interessano di più, su di noi sa insomma più di quanto sappiamo noi stessi, perché ha memorizzato un'enorme mole di azioni che il nostro cervello ha «declassificato», cancellandole dalla nostra memoria in quanto le ha giudicate irrilevanti. Ma ciò che è irrilevante per noi può essere di estremo interesse per l'assicurazione che vuole saperne di più sul nostro stato di salute prima di stipulare una polizza, per l'impresa che sta decidendo se è il caso di assumerci o meno, per la banca che si chiede se sia il caso di

concederci un mutuo, per le amministrazioni pubbliche che vorrebbero essere aggiornate sulle nostre opinioni politiche e via elencando. Ma non sono solo le informazioni personali a rappresentare una fonte di valore per le imprese dell'era dot.com: il *datamining* sulla memoria digitale globale offre anche la possibilità di «fotografare» gli utenti consumatori dal punto di vista statistico, profilando le nicchie che si distribuiscono lungo la «coda lunga» (Anderson, 2007) dei mercati dell'e-commerce, o mettendo al lavoro (gratuito) la creatività collettiva delle comunità online che alimentano i progetti della «wikinomics» (Tapscott e Williams, 2008). Le aziende sono incentivate a saperne sempre di più non solo sui clienti da fidelizzare, ma anche e soprattutto sulle idee dei *prosumer* che, con i loro contenuti autoprodotti, stanno diventando una fonte strategica di ricchezza (quello che gli esperti di net economy chiamano *crowdsourcing*).

È a questo punto che la risposta all'interrogativo chi vince e chi perde in questo gioco – cioè all'interrogativo sulla ridefinizione dei rapporti di potere – diviene decisiva. Come si è detto nella prima parte di questo scritto, Mayer-Schönberger – nel corso della sua analisi sull'evoluzione storica dell'equilibrio fra memoria e oblio – sottolinea come caste, categorie e professioni abbiano costantemente tentato di acquisire e conservare il monopolio sulle informazioni. Le letture più «euforiche» della nuova rivoluzione tecnologica le attribuiscono il merito di avere definitivamente liquidato tale logica, avviando un processo di democratizzazione radicale. Dai critici della vecchia, aristocratica cultura alfabetica (Abruzzese, 1996), ai profeti dell'emancipazione digitale dell'individuo/utente/cittadino/consumatore dal giogo del potere economico e politico (De Kerckhove e Tursi, 2006), risuona un coro unanime: il «principio di trasparenza» introdotto dalle tecnologie digitali non lascia nudi solo noi, utenti comuni della rete, denuda anche i potenti, esponendoli al nostro giudizio e al nostro controllo. Detto altrimenti: la libertà val bene qualche rinuncia sul piano della privacy. Ebbene, il libro che avete in mano ha il merito di mettere in luce che il principio di trasparenza funziona solo se è simmetrico. Cosa accade, invece, se chi è più potente può sfruttare la forza contrattuale di cui dispone per accedere alle informazioni altrui senza condividere le proprie? Accade quello che abbiamo descritto finora, e cioè che chi ha meno potere «ricorda meno cose» di chi ne ha di più, e non può più nemmeno sperare che il potente dimentichi le informazioni che ha raccolto su di lui. E cosa potrebbe capitare, si chiede ancora Schönberger,

se la consapevolezza di questa nudità raggiungesse livelli più elevati degli attuali? Saremo ancora disposti a esprimere liberamente le nostre opinioni su persone, eventi, fatti politici, oppure inizieremo a comportarci come i prigionieri del *Panopticon* descritto da Jeremy Bentham, divenendo preda di quell'infernale meccanismo di autocensura che una studiosa tedesca (Noelle-Neumann, 2004) ha definito «spirale del silenzio»?

Per concludere il nostro viaggio attraverso questa preoccupata e preoccupante riflessione sul destino dell'oblio nell'era di internet, resta solo da analizzare brevemente le possibili contromisure, oggetto degli ultimi due capitoli del libro. Nel quinto capitolo, vengono esaminate alcune delle strategie finora proposte, mentre nel sesto Mayer-Schönberger – dopo averne evidenziato i punti deboli – suggerisce una soluzione alternativa.

Di tutte le idee analizzate criticamente nel quinto capitolo, mi pare valga la pena di ricordarne tre. Di due di esse, l'autore non fatica a sbarazzarsi. La prima – praticare l'astinenza digitale, evitando di immettere qualsiasi informazione nel «sistema» – suona come una parodia postmoderna del luddismo, ma soprattutto appare talmente in contraddizione sia con le abitudini culturali dei giovani, sia con l'irrinunciabilità delle nuove tecnologie ai fini di svolgere qualsiasi tipo di attività professionale, da risultare quasi patetica. Quanto alla seconda, confidare in un rapido «adeguamento cognitivo» della specie alle mutate condizioni ambientali generate dal digitale, Schönberger ha buon gioco nel ricordare la differenza di velocità fra innovazione tecnologica e processi di adattamento culturale e biologico: certo, sui tempi lunghi ci potremmo adattare, ma sui tempi lunghi, ironizza, saremo tutti morti.

Molto più interessante il corpo a corpo che l'autore ingaggia con la via giuridica, vale a dire con l'emanazione di leggi per la protezione dei dati personali e la creazione di istituzioni *ad hoc* (con particolare riferimento alle Authority dei paesi europei). Com'è noto, la dottrina europea in materia, rispetto a quella americana, appare al tempo stesso più rigida – vale a dire più determinata nella tutela degli interessi del cittadino/utente – e più sofisticata – nel senso che tende a definire il diritto alla privacy non solo come diritto al controllo sui propri dati, ma anche come libertà di proiettarsi liberamente nel mondo attraverso le proprie informazioni, mantenendo nel contempo il controllo sul modo in cui circolano e vengono utilizzate da altri (Rodotà, 2006). Schönberger non contesta il principio, ma mette in dubbio la possibilità di metterlo con-

cretamente in atto, sottolineando come, nell'ormai lunga esperienza della legislazione europea sulla privacy, i casi di cittadini che hanno cercato di far valere i propri diritti in materia siano stati pochissimi. Inoltre insiste sulla difficoltà di uniformare gli standard legali a livello globale – passo indispensabile ove si consideri la vocazione transnazionale dei *new media* –, con particolare riferimento agli Stati Uniti: in America, argomenta, leggi di questo tipo vengono promulgate solo se ottengono il sostegno di gruppi sociali ben definiti e organizzati; in questo caso, invece, gli interessi organizzati – leggi le lobby delle imprese hi-tech – vanno in senso opposto e pesano assai più degli interessi dei cittadini, i quali, almeno finora, non sembrano convinti che la posta in gioco valga lo sforzo di una mobilitazione sufficiente a vincere la resistenza della controparte.

E allora? E allora, conclude Schönberger, la soluzione potrebbe essere quella di attribuire una data di scadenza alle informazioni che memorizziamo. Oggi, quando salviamo un file di qualsiasi genere (testi, video, musica ecc.), il software ci chiede di nominarlo ed eventualmente di definirne l'estensione, generando nel contempo automaticamente tutta una serie di metadati che lo riguardano, onde facilitarne il recupero quando ne avremo bisogno. Domani, ci potrebbe essere anche ricordato di decidere la durata temporale del file, in modo che, una volta «scaduto», venga completamente e irreversibilmente cancellato, realizzando quella che potrebbe essere definita una sorta di resurrezione artificiale dell'oblio. In questo modo, argomenta Schönberger, si potrebbe limitare significativamente la quantità di informazioni che imprese e governi detengono su cittadini e consumatori. Del resto, aggiunge, qualcosa di simile è già stato realizzato dai motori di ricerca, i quali – pressati dall'opinione pubblica e spinti dal desiderio di apparire più affidabili e credibili della concorrenza agli occhi degli utenti/consumatori – hanno progressivamente ridotto la durata dei dati relativi alle nostre ricerche.

L'innovazione tecnologica e il desiderio delle imprese di ottenere la fiducia dei consumatori sarebbero in conclusione le leve più efficaci su cui agire per evitare i danni di una memoria «senza fine»? Schönberger non è tanto ingenuo. Sa benissimo, per esempio, che solo l'esistenza di vincoli giuridici può limitare l'invasione del potere politico nei confronti della sfera privata del cittadino; così come sa benissimo che, nel momento in cui l'informazione viene condivisa, l'eventuale fissazione di una data di scadenza richiederebbe una trattativa fra le parti, riproponendo il proble-

ma dei rapporti di forza (chi fra i contraenti è in grado di far pesare di più i propri interessi?). Insomma: gli automatismi tecnologici e il mercato arrivano fino a un certo punto, dopodiché il destino dell'oblio torna inevitabilmente ad assumere contorni politici. E allora? E allora rendiamo grazie a Mayer-Schönberger per avere aperto la discussione.

Riferimenti bibliografici

- Abruzzese Alberto (1996), *Analfabeti di tutto il mondo uniamoci*, Costa & Nolan, Genova.
- Anderson Chris (2007), *La coda lunga*, tr. it. Codice, Torino.
- Benkler Yochai (2007), *La ricchezza della Rete*, tr. it. Università Bocconi Editore, Milano.
- Carr Nicholas (2008), *Il lato oscuro della Rete*, tr. it. Rizzoli, Milano.
- Castells Manuel (2002-03), *L'età dell'informazione: economia, società, cultura*, 3 voll., tr. it. Università Bocconi Editore, Milano.
- Castells Manuel (2009), *Comunicazione e potere*, tr. it. Università Bocconi Editore, Milano.
- Codeluppi Vanni (2007), *La vetrinizzazione sociale*, Bollati Boringhieri, Torino.
- De Kerckhove Derrick, Tursi Antonio (a cura di) (2006), *Dopo la democrazia?*, Apogeo, Milano.
- Formenti Carlo (2009), *Se questa è democrazia. Paradossi politico-culturali dell'era digitale*, Manni, Lecce.
- Goffman Erving (1969), *La vita quotidiana come rappresentazione*, tr. it. Il Mulino, Bologna.
- Gruppo Ippolita (2007), *Il lato oscuro di Google*, Feltrinelli, Milano.
- Kuhn Thomas (1969), *La struttura delle rivoluzioni scientifiche*, tr. it. Einaudi, Torino.
- Leroi-Gourhan André (1977), *Il gesto e la parola*, tr. it. Einaudi, Torino.
- Lévy Pierre (1996), *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, tr. it. Feltrinelli, Milano.
- Manovich Lev (2002), *Il linguaggio dei nuovi media*, tr. it. Olivares, Milano.
- Mattelart Armand (2003), *Storia dell'utopia planetaria*, tr. it. Einaudi, Torino.
- Meyrowitz Joshua (1993), *Oltre il senso del luogo*, tr. it. Baskerville, Bologna.
- Negroponte Nicholas (1995), *Essere digitali*, tr. it. Sperling & Kupfer, Milano.
- Noelle-Neumann Elisabeth (2004), "Chiave lessicale per una teoria dell'opinione pubblica", in Cristante Stefano (a cura di), *L'onda anonima*, tr. it. Meltemi, Roma.

- Ortoleva Peppino (2009), *Il secolo dei media*, Il Saggiatore, Milano.
- Paissan Mauro (2009), *La privacy è morta, viva la privacy*, Ponte alle Grazie, Milano.
- Rodotà Stefano (2005), *Intervista su privacy e libertà* (a cura di Paolo Conti), Laterza, Roma-Bari.
- Rodotà Stefano (2006), *La vita e le regole*, Feltrinelli, Milano.
- Sennett Richard (2006), *Il declino dell'uomo pubblico*, tr. it. Bruno Mondadori, Milano.
- Tapscott Don; Williams Anthony (2008), *Wikinomics 2.0*, tr. it. Rizzoli, Milano.