

Diversamente umani

L'umanesimo del dato e le narrative dei Big Data

Davide Bennato



Simone Pellegrini, *Fuga dal raccolto*, 2009

Una delle evidenze fenomenologiche della contemporaneità è senza dubbio rappresentata dall'onnipervasività tecnologica: dalle relazioni interpersonali fino all'organizzazione sociale.

Il processo non è particolarmente nuovo: ha preso forma in maniera sistematica a partire dalla Rivoluzione industriale, fenomeno che spesso viene evidenziato come prevalentemente tecnologico, mentre in realtà ha avuto bisogno di uno specifico contesto sociale, economico e culturale perché potesse attecchire.¹ Soprattutto è il concetto stesso di rivoluzione ad essere pernicioso, perché è frutto del determinismo tecnologico, cioè di quella posizione ideologica che vorrebbe la tecnologia come causa del cambiamento sociale.

Tecnologia e valori

Studi recenti e piuttosto condivisi sottolineano che il ruolo della tecnologia nella storia (e quindi nella società) è sia di causa che di effetto. Quando, grazie alla ricerca scientifica (ma spesso anche al marketing), appare all'orizzonte una nuova tecnologia, la società si trasforma in un fascio di opzioni possibili, un giardino dai sentieri che si biforcano, e il sentiero imboccato dipende da una negoziazione fra le istituzioni sociali (politiche, economiche, relazionali) e la tecnologia stessa.² È stato il destino della ferrovia, quello dell'elettricità, quello del petrolio, quello delle telecomunicazioni, solo per volerci fermare alle grandi tecnologie infrastrutturali o – come le scienze sociali preferiscono chiamarli – i macro-sistemi socio-tecnici. Il termine stesso evidenzia

un intrico di artefatti, regole, economie e persone che danno vita a una nuova entità che per semplicità chiamiamo tecnologia, ma la cui genesi è molto più complessa di quanto non sembri in prima battuta.³ È destino della tecnologia quello di essere *commodity*, per cui noi ne vediamo gli effetti ma non il contesto. Quando utilizziamo la luce elettrica, spesso ci concentriamo sulla lampadina, dimenticando che l'elettricità è un sistema complesso che coinvolge artefatti per la produzione e la distribuzione, mercati per la definizione dei prezzi, politiche per l'approvvigionamento delle risorse e così via. La tecnologia soffre di quello che potremmo definire "effetto iceberg": vediamo solo la punta dell'apparato (quella che impatta sulla nostra vita quotidiana), dimenticando quanto in realtà ci sia al di sotto della linea di galleggiamento. Perciò, la tecnologia non cambia la società: la tecnologia negozia con la società per descrivere un percorso che poi sono gli uomini a dover praticare con il bagaglio di relazioni, negoziazioni, lotte, strategie, ambizioni e tutto quello che rende troppo umano l'umano. Questa affermazione però è vera fino a un certo punto.

Se ne consideriamo l'aspetto istituzionale, la tecnologia non cambia la società, ma la cambia profondamente se guardiamo la società da uno specifico punto di vista: quello dei valori.

Sono i valori a fungere da terreno di coltura per lo sviluppo tecnologico e a creare un contesto che legittimi l'innesto della tecnologia nel contesto sociale. Da questo punto di vista, la tecnologia della stampa è emblematica: se è vero che è stato Gutenberg a inventare la tecnologia dei caratteri mobili, è opera della Riforma Protestante aver legittimato la diffusione della Bibbia

stampata a macchina.⁴ Oppure Arpanet, l'antenna di internet: nata come sistema per collegare i più importanti nodi universitari coinvolti nella ricerca bellica e aerospaziale, è stata l'ideologia della Guerra fredda a legittimarne l'implementazione e la diffusione.⁵ Anche il rapporto fra valori e tecnologia è una relazione articolata, perché la tecnologia è frutto di valori, è veicolo di valori, modifica i valori.⁶ È frutto di valori in quanto la tecnologia nasce in un preciso orizzonte valoriale: lo sviluppo dei personal computer, ad esempio, è figlio di quel mix tra utopia e ideologia libertaria alla base della controcultura tecnologica degli anni Sessanta che si andava imponendo in quella che sarebbe diventata Silicon Valley, in California.⁷ È veicolo di valori in quanto la tecnologia porta con sé una specifica visione del mondo e della società: non è una coincidenza il fatto che la prima trasmissione televisiva a broadcast nazionale sia stata la cerimonia di apertura delle Olimpiadi di Berlino del 1936, le celebri Olimpiadi naziste, astuta manovra di comunicazione e di diplomazia internazionale messa in atto dal Terzo Reich.⁸ È modificatrice di valori in quanto la sua presenza nella vita quotidiana porta a ridiscutere alcune delle idee che credevamo assodate in maniera definitiva: si veda il caso del concetto di morte, profondamente modificato dalla medicalizzazione del fine vita che ha sollevato problemi bioetici come l'eutanasia,⁹ oppure il nuovo concetto di privacy frutto dell'esigenza di riservatezza contrapposto all'utilizzo dei *social network*.¹⁰

Se la tecnologia interagisce con i valori e quindi con la componente culturale della società contemporanea, che tipo di orizzonte simbolico vanno descrivendo i *social media* o – come

Se la forma antropologica è la connessione, la forma culturale è senza dubbio il *software* per due ordini di motivi. In primo luogo, perché è grazie ad esso che si realizza la connettività globale resa possibile dalle infrastrutture delle telecomunicazioni; infatti, è il *software* a rendere possibile lo scambio di informazioni fra le diverse componenti delle istituzioni sociali. Il secondo motivo è squisitamente semiotico: il *software* è una forma letteraria. Nuova, diversa, interattiva, che necessita del computer per poter essere interpretata, ma è una forma letteraria.

preferiscono gli studiosi – il web della partecipazione e della condivisione sociale?

Il dato: la forma simbolica dell'umanesimo digitale

Il mondo descritto dai *social media* ovvero da *wiki*, *blog*, *social network*, *fotosharing*, e tutte le altre piattaforme che costellano la rete e che debordano nei telefonini di ultima generazione, come tutti i cambiamenti strutturali hanno la curiosa caratteristica di essere in continuità con il passato, pur esprimendo un profondo cambiamento verso il futuro. La continuità col passato è rappresentata dai modelli culturali che guidano l'uso della tecnologia, il cambiamento verso il futuro è la grandezza di scala nonché le conseguenze inattese che queste pratiche portano con sé.

Facciamo un esempio: Facebook. Tutte le ricerche sociologiche sulle strategie di acquisizione degli amici (il cosiddetto *friending*) mostrano un modello di comportamento piuttosto riconoscibile: la prima cosa che le persone fanno una volta su Facebook è andare alla ricerca dei propri amici reali con cui instaurare una relazione. Questo è in continuità con la società industriale così come la raccontava il grande sociologo Georg Simmel. Da qui in poi, le persone su Facebook cominciano a dare al concetto di "amico" molteplici sfumature – collega, vicino di casa, ex compagno di scuola – e su questa base costruiscono una rete di amici che si scontra con il cosiddetto paradosso della privacy: mantenere una riservatezza della propria sfera relazionale in un contesto in cui i nostri sé pubblici – lavorativo, relazionale, personale – vengono a collidere.¹¹ Questo è il cambiamento verso cui tende il futuro delle relazioni interpersonali. Il *continuum* che si viene a produrre tra la nostra identità sociale e quella digitale, assieme all'ambiguità di queste tecnologie nel loro essere contemporaneamente mezzi di comunicazione di massa e mezzi di comunicazione interpersonale, telefono e televisione al contempo, sviluppano uno spazio antropologico completamente nuovo. Stiamo assistendo a un cambiamento valoriale che pone domande profonde su cosa voglia dire essere cittadini, consumatori, amanti, famigliari, persone.

Non c'è bisogno di scomodare le visioni utopiche dei transumanisti, ovvero di coloro che ritengono che si stia profilando all'orizzonte un'umanità accresciuta grazie al ruolo delle scoperte scientifiche e tecnologiche, visioni utopiche che spesso virano verso la distopia tecnofila. Non è neanche il caso di opporre a questi una visione neoluddista, la posizione che vorrebbe il ritorno a un'umanità priva di sovrastrutture tecnologiche in grado di un maggior contatto con la natura, visione spesso rappresentata da narrazioni tecnofobe, dimenticando che ciò che ci rende umani è la più sofisticata tecnologia di sempre: la scrittura.¹² Possiamo immaginare invece una forma di umanesimo digitale, ovve-

ro un nuovo contesto culturale che valorizzi una mutata dimensione antropologica che tragga vantaggio, non senza contraddizioni e problemi, dalle opportunità sollevate dal digitale.

Non è facile dire quali siano i fattori costitutivi di questo umanesimo, ma possiamo farci aiutare da alcune avvisaglie, tracce che sembrano forgiare il presente in cui viviamo. Ervin Panofsky, nella sua celeberrima analisi della prospettiva, ricorda che questa tecnica matematica e artistica non è solo il modo con cui la *techné* interviene per rappresentare la tridimensionalità del mondo, ma anche un potentissimo strumento per veicolare una specifica visione del mondo prodotta in uno specifico periodo storico.¹³ Allo stesso modo, potremmo chiederci: qual è la forma simbolica dell'umanesimo digitale? La risposta è piuttosto semplice: è il dato, l'informazione digitale, la struttura ultima delle piattaforme tecnologiche.

Per comprendere i motivi di questa risposta, è necessario contestualizzare le altre forme che danno vita a questa specie di umanesimo del XXI secolo.

Il primo tassello da considerare è senza dubbio la dimensione antropologica: è la connessione, la forma antropologica di questo umanesimo ritrovato. L'umanità del XXI secolo si trova a doversi confrontare con problemi globali, con flussi mondiali, con eventi di dimensione transnazionale. Globalizzazione, relazioni internazionali, imprese multinazionali, migranti globali: una volta erano termini appannaggio di una specifica classe di professionisti, adesso sono gli orizzonti chiave che servono per dare senso alle notizie politiche, economiche e culturali che ci riguardano da vicino. Viviamo nel mondo che a suo tempo è stato descritto da René Thom, nella sua teoria delle catastrofi¹⁴ (e dai romanzi di fantascienza): il crollo del mercato immobiliare statunitense crea una situazione di disoccupazione strutturale in Europa, tale che molti giovani italiani laureati sono costretti a emigrare per cercare migliori condizioni lavorative. La connessione è diventata una condizione determinante della contemporaneità, dimensione che spesso assume una componente ideologica molto forte, ma che è diventata il modo prevalente – se non l'unico – di *esserci* in questo mondo di oggi.

Se la forma antropologica è la connessione, la forma culturale è senza dubbio il *software*. Il *software* per due ordini di motivi. In primo luogo, perché è grazie ad esso che si realizza la connettività globale resa possibile dalle infrastrutture delle telecomunicazioni; è il *software* a rendere possibile lo scambio di informazioni fra le diverse componenti delle istituzioni sociali. Il secondo motivo è squisitamente semiotico: il *software* è una forma letteraria. Nuova, diversa, interattiva, che necessita del computer per poter essere interpretata, ma è una forma letteraria. Non dimentichiamo che la produzione del *software* corrisponde alla scrittura di un genere testuale (programma) utilizzando specifici linguaggi (di programmazione). Il paradosso del



Simone Pellegrini, *Avverse presenze*, 2009, part.

contemporaneo vuole che sia un linguaggio artificiale a esprimere la cultura contemporanea, un po' come – *mutatis mutandis* – è stato il volgare a esprimere la cultura dell'Umanesimo postlatino. Se connettività e *software* sono solo alcune delle coordinate che realizzano questo nuovo umanesimo, è necessario una specifica *Weltanschauung* che funga da collante di questo contesto antropologico e culturale.

È la rete la forma ideologica che può essere paragonata al neoplatonismo dell'Umanesimo. La rete porta con sé due elementi chiave che la rendono l'ideologia perfetta della contemporaneità. Dal punto di vista metaforico, essa esprime l'esigenza di connettività tipica del contemporaneo, la necessità di mettere in relazione cose diverse, persone diverse, persone con cose. Inoltre, è una metafora potentemente visiva con i suoi nodi e i suoi archi, metafora passibile di essere analizzata dalla topologia, la branca della matematica che studia le superfici e che – per inciso – ha dato vita alla teoria delle catastrofi. Dal punto di vista tecnologico è internet, la rete per eccellenza, la rete di reti, ad essere l'artefatto che meglio rappresenta l'alba del XXI secolo. Ovviamente, essa non è l'unico sistema reticolare della contemporaneità: c'è anche la rete dei trasporti, la rete energetica, la rete telefonica, ma è internet quella che meglio incarna la condizione contemporanea, come è stato il libro per il Rinascimento, o l'orologio per la Rivoluzione industriale.

La forma antropologica della connessione, la forma culturale del *software*, la forma ideologica della rete: queste sono le coordinate che rendono il dato la forma simbolica dell'umanesimo digitale. I dati altro non sono che porzioni di informazioni strutturate che i *software* si scambiano per potersi interfacciare, che internet usa

Non possiamo non confrontarci con la nuova condizione antropologica dell'uomo potenziato dalle tecnologie digitali, così come non è stato possibile reagire alla nascita della scrittura o alla diffusione dei *mass media*.

L'uomo è anche i suoi strumenti del comunicare, e quando questi sono cambiati, l'uomo è cambiato con loro: socialmente, culturalmente, cognitivamente. Nessuno accetterebbe l'idea di un uomo privo della scrittura, nessuno riconoscerebbe un uomo privo di un contesto mediale: allo stesso modo, non è possibile concepire un uomo privo della componente digitale.

per poter svolgere il proprio ruolo infrastrutturale, che le persone usano per potersi relazionare mediante le piattaforme. Due persone comunicano mandandosi una foto con il cellulare: la foto non è altro che dati strutturati che viaggiano attraverso la rete di scambio-dati della telefonia mobile che viene codificata dal *software* del cellulare che l'ha spedita, per essere decodificata dal *software* del cellulare che l'ha ricevuta.

In senso lato e traslato, possiamo dire che il dato è la prospettiva dell'umanesimo digitale.

Cartografie dell'umanesimo digitale: le narrative dei *Big Data*

Il problema che ora si pone è: come fare una mappa del presente che renda la complessità del mondo digitale? Detto altrimenti: è possibile elaborare una cartografia del XXI secolo?

Anche in questo caso la risposta è semplice, se manteniamo l'analogia con l'Umanesimo. L'Umanesimo aveva elaborato una mappa del proprio presente a partire da un'organizzazione enciclopedica della cultura del passato – organizzare la cultura greca e latina per far avanzare la cultura dell'epoca. È per questo che gli *studia humanitatis* avevano trovato nuova linfa: filosofia, filologia, storia dell'arte, letteratura. L'idea di analizzare il passato per comprendere il presente è un atteggiamento tipico dell'età antica che dura per tutto il Medioevo. L'età moderna, ferita dalla Rivoluzione industriale, ha inventato un'altra gnoseologia del tempo: comprendere il presente per gestire il presente. È questo infatti il periodo in cui nascono e si rafforzano le scienze sociali e le discipline che della gestione e organizzazione hanno fatto il centro del loro interesse. L'età contemporanea ha bisogno di un'ulteriore gnoseologia del tempo. I processi sono troppo veloci per essere governati, vanno previsti e anticipati: bisogna interrogarsi sul futuro per costruire il presente. Questo orizzonte conoscitivo ha permesso che nascessero narrative del presente che sempre più spesso ricorrono ai dati per poter rendere conto della complessità dei fenomeni in gioco, e sempre più spesso queste narrative fanno riferimento a uno specifico bagaglio iconico per due motivi piuttosto semplici: un'immagine vale più di mille parole, e una cartografia non è altro che una rappresentazione grafica di uno spazio (non necessariamente fisico o euclideo).

Quali sono le narrative del presente che ricorrono ai dati? Sono tante, sono diverse e spesso ascrivibili a un settore a metà tra la scienza sociale, il design e l'informatica che, in assenza di un'espressione migliore, viene chiamato *Data science* (scienza dei dati) se si vuole dare enfasi alla componente scientifico-matematica, o *Data art* (arte dei dati) se si preferisce focalizzare la componente estetico-figurativa. Ma la sostanza cambia poco: si prende un enorme archivio di informazioni digitali – un *database*

– che faccia riferimento a un qualsiasi processo sociale – acquistare, votare, cercare un partner – e, attraverso competenze di programmazione informatica o *software ad hoc*, si cerca di rappresentarlo graficamente secondo le possibilità permesse dalla fantasia (che spesso corrispondono ai limiti del *software*) e che, a seconda del *medium* di riferimento, prendono il nome di infografiche, videografiche, mappe. Così nascono settori affascinanti a metà tra la matematica, l'arte e la letteratura, vere testimonianze di un umanesimo digitale in corso. Come il *Data Journalism*, la narrazione giornalistica d'inchiesta che preferisce usare i numeri per raccontare un accadimento, oppure le *Digital Humanities*, il settore delle scienze umane che usa informatica e *database* come grimaldello concettuale per comprendere in modo nuovo fenomeni tradizionali come la rete delle relazioni formali e informali degli intellettuali del XVII secolo,¹⁵ fino a fenomeni ascrivibili al *lifestyle*, come il movimento del *Quantified self*, ovvero l'evoluzione degli appassionati di fitness i quali raccolgono una quantità enorme di dati durante le sessioni di allenamento attraverso specifici gadget (braccialetti, sensori collegati all'iPhone) per migliorare le proprie performance o per sfidare gli amici in gare metaforiche, spesso con l'aiuto di un *social network*.

Questo tripudio di dati assolutamente eterogenei, prodotti in quantità impressionante, secondo ritmi sempre più veloci, pronti per essere analizzati, interpretati e rappresentati, ha avuto bisogno che venisse coniato un nome specifico: *Big Data*.¹⁶ L'espressione è particolarmente alla moda in questi ultimi mesi in alcuni settori confinanti con il business, con l'industria del *software* e dei sistemi informatici, e ha anche avuto una sua visibilità pubblica perché alcune strategie di marketing politico di Barack Obama che lo hanno portato alla vittoria contro Mitt Romney sono state costruite su un modo completamente nuovo di raccogliere, studiare e utilizzare milioni di dati provenienti dalle fonti più disparate, non ultimi quelli provenienti dai *social media*. Se *Data Journalism*, *Digital Humanities*, *Quantified Self* sono narrative del presente spesso espresse in forma iconica, allora i *Big Data* sono il genere di riferimento, il *tópos* di questo modo di guardare al presente tendendo al futuro.

Dovremmo accettare quindi questa condizione antropologica di uomo potenziato dalle tecnologie digitali? La domanda è mal posta.

Non possiamo non confrontarci con questa nuova condizione esistenziale, così come non è stato possibile reagire alla nascita della scrittura o alla diffusione dei *mass media*. L'uomo è anche i suoi strumenti del comunicare, e quando questi sono cambiati, l'uomo è cambiato con loro: socialmente, culturalmente, cognitivamente. Nessuno accetterebbe l'idea di un uomo privo della scrittura, nessuno riconoscerebbe un uomo privo di un contesto mediale: allo stesso modo, non è possibile concepire un uomo privo della componente digitale.

Ci hanno abituati a rispettare la diversità dei valori degli altri: diversità di lingua, di religione, di orientamento affettivo. È arrivato il momento di rispettare il cambiamento dentro di noi. Ricordando che rispettare non vuol dire accettare acriticamente, ma vuol dire anche mettere nella giusta prospettiva.

Anche perché è più facile problematizzare ciò che si accetta piuttosto che ciò da cui si rifugge. O che si teme.

¹ D. S. Landes (1969), *Il prometeo liberato*, Einaudi, 1978.

² R. Williams e D. Edge, "The Social Shaping of Technology", in *Research Policy*, vol. 25, 1996, pp. 856-899.

³ A. Gras (1993), *Nella rete tecnologica. La società dei macrosistemi*, UTET, 1997.

⁴ M. Eisenstein (1983), *Le rivoluzioni del libro*, Il Mulino, 1995.

⁵ K. Hafner e M. Lyon (1996), *La storia del futuro. Le origini di internet*, Feltrinelli, 1998.

⁶ D. Bennato, *Sociologia dei media digitali*, Laterza, 2011.

⁷ D. Bennato, *Le metafore del computer*, Meltemi, 2002.

⁸ R. Williams, 1974, *Televisione. Tecnologia e forma culturale*, Editori Riuniti, 2000.

⁹ T. H. Engelhardt (1986), *Manuale di bioetica*, Il Saggiatore, 1999.

¹⁰ R. Gross e A. Acquisti, "Information Revelation and Privacy in Online Social Networks", *Proceedings of Workshop on Privacy in the Electronic Society* (WPES '05), ACM Press, 2005, pp. 71-80.

¹¹ S. B. Barnes, "A Privacy Paradox: Social Networking in the United States", in *First Monday*, 11, 9, 2006, <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojsindex.php/fm/article/view/1394/1312>.

¹² D. Bennato, voce "La circolazione delle tecnologie", in *XXI Secolo*, volume: L'Universo Fisico, Istituto dell'Enciclopedia Italiana Giovanni Treccani, 2010, pp. 577-586.

¹³ E. Panofsky (1927), *La prospettiva come forma simbolica e altri scritti*, Feltrinelli, 1984.

¹⁴ R. Thom (1972), *Stabilità strutturale e morfogenesi*, Einaudi, 1980.

¹⁵ "Six Degrees of Francis Bacon": <http://sixdegreesoffrancisbacon.com/>

¹⁶ V. Mayer-Schönberger e K. Cukier, *Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think*, Eamon Dolan, 2013.

Davide Bennato insegna all'Università di Catania Sociologia dei processi culturali e comunicativi e Sociologia dei media digitali; è direttore di ricerca sul consumo di contenuti digitali presso la Fondazione Luigi Einaudi di Roma. Svolge ricerche nell'ambito della *computational social science*, branca delle scienze sociali che usa strumenti di analisi dei fenomeni sociali mediante approcci computazionali. Tra le sue pubblicazioni: *Sociologia dei media digitali. Relazioni sociali e processi comunicativi del web partecipativo* (Laterza, 2011); *Le metafore del computer. La costruzione sociale dell'informatica* (Meltemi, 2002).