



**STRATEGIE**

# Oltre l'alfabetizzazione per innovare l'IT

ANDREA GRANELLI\*

**C**ome ha notato il filosofo Paul Virilio, “la tecnologia crea innovazione ma, contemporaneamente, anche rischi e catastrofi: Inventando la barca, l'uomo ha inventato il naufragio”. Oggi gli aspetti critici del digitale stanno prendendo spazio, non solo sui giornali, ma anche nella testa di manager e imprenditori.

Il tema è delicato e complesso e va pertanto inquadrato e compreso in maniera non preconcepita, ma all'interno delle più generali dinamiche dell'evoluzione tecnologica e quindi nella sua articolazione e complessità, innanzitutto per restituirne la ricchezza, l'applicabilità diffusa e anche la sua fascinosa, persino nelle dimensioni più criticabili. Non basta minimizzare o esorcizzare il lato oscuro per contrastare il crescente sospetto nei confronti delle Rete e delle sue potenti tecnologie e, soprattutto, il timore che le sue promesse non possano essere mantenute. Il tema non è recente ma, nell'ultimo periodo, la sua rilevanza è cresciuta con vigore. Le inesattezze e falsificazioni di Wikipedia, il potere sotterraneo e avvolgente di Google, la fragilità psicologica indotta dagli universi digitali, il finto attivismo politico digitale svelato dall'espressione clicktivism, il diluvio incontenibile della posta elettronica, il pauroso conto energetico dei data center, i comportamenti “scorretti” dei nuovi capitani dell'impresa digitale sono solo alcuni dei problemi che stanno emergendo, con sempre maggiore intensità e frequenza.

Non parliamo di rigurgiti tecnofobici, ma di fatti concreti che incominciano a minacciare le solidità aziendali. Prendiamo ad esempio l'energia. Il New York Times ha recentemente denunciato che i datacenter hanno consumato nell'ultimo anno 30 miliardi di watt di elettricità a livello mondiale, quanto l'energia prodotta da 30 centrali nucleari. DatacenterDynamics stima inoltre che l'anno prossimo questo consumo crescerà del 20%. Questi numeri sono ancora più inquietanti se misuriamo la ridondanza e “sporcizia digitale” pre-

sente sulla Rete: secondo Idc, il 75% del mondo digitale è una copia mentre Icf International stima che - già nel 2009 - la “posta-pattumiera” rappresentava il 97% di tutte le mail in circolazione (62miliardi di messaggi).

Si deve però evitare il cosiddetto Net Criticism, che si accanisce su alcuni fenomeni in maniera ossessiva, senza approfondire le cause e studiare delle soluzioni concrete, e che tende a trasformare i suoi leader in “neo-predicatori” apocalittici. Una disillusione del digitale causata da uno svelamento non guidato e contestualizzato di molti suoi errati utilizzi e false promesse potrebbe essere drammatica, soprattutto di questi tempi. Rischierebbe infatti di interrompere quel flusso di innovazione e sperimentazione che è sempre accompagnato da sogni, spericolatezze, errori e rischi. E ci sono già le prime avvisaglie: ad esempio

l'articolo su The Economist del 12 gennaio titola evocativamente “Innovation Pessimism”. Ciò che serve è molto di più di una banale alfabetizzazione digitale, di un addestramento agli strumenti digitali o ai suoi linguaggi. Troppo spesso i fornitori Ict hanno puntato a una sorta di colonialismo digitale - gli utenti sarebbero “indigeni da alfabetizzare” - . La sfida è fertilizzare con il digitale l'ambiente in cui viviamo per rigenerare anche i processi più tradizionali. Bisogna fare in modo che la tecnologia (digitale) ritorni ad essere un enzima che generi energia e inneschi trasformazioni positive e non un semplice steroide anabolizzante, che si limita a pompare l'azienda creando l'illusione di una “crescita apparente”. Dobbiamo alzare la temperatura digitale delle aziende e non decorarle con oggetti digitali. ▲

\*Kanso

**TRIPWIRE**

## TECNOCRATI ALLERGICI AL WEB

PIERO LAPORTA  
prlprt@gmail.com

Per il legislatore talora il web non c'è o se ne deve usare a discrezione alterna. Lo Stato paga i debiti della PA; cifre miliardarie da capogiro. Secondo Confindustria, 40 miliardi non bastano. Quale che sia la percentuale di copertura, è ossigeno per imprese e lavoratori, da quattro anni incaprettati da mercato, tasse e, appunto, debiti della PA. Tutto bene? Pare lecito un dubbio, mentre lo scroscio di quattrini è alle viste. Chi ha il coltello dalla parte del manico, il creditore o il debitore? Il debitore, lo Stato, attraverso taluni funzionari, potrebbe avanzare la consueta domanda al petulante creditore: io che cosa ci guadagno? Il Decreto Legge dell'8 aprile 2013, n. 35 ci



parve tecnicamente ottimo in quanto a determinazione delle esigenze dei debitori, modalità per conferire le necessarie risorse, persino sanzioni a carico dei dirigenti in ritardo. Il punto è che il decreto non impone trasparenza alle amministrazioni debentrici, né di pubblicare sul web i criteri di pagamento e le cifre erogate ai sitibondi fornitori. Io vorrei sapere chi paga che cosa mediante un clic, a chi, perché e quando; voglio saperlo a Legnano come a Niscomi. Voglio anche sapere chi è il dirigente responsabile e le motivazioni delle sue decisioni, senza rimandi ad altre leggi e decreti, senza i “visto l'art...”, “visto il comma...”, i riferimenti solo in nota. Un assessore d'un paesino, con delega all'assistenza ai poveri, non riceveva mai i questuanti senza una quantità di impiegati comunali d'attorno, ai quali seduta stante, davanti agli altri bisognosi in attesa, impartiva il da farsi. A quel vecchio insegnante che aborrisce la macchina da scrivere sarebbe piaciuto il web; ai nuovi tecnocrati, chissà. ▲

www.pierolaporta.it

**IL FOTOCOMMENTO**



«La gente ha il diritto di inviare e ricevere informazioni su Internet. Se un carrier blocca l'accesso al web, sta violando le nostre regole. La Fcc non deve allentare l'impegno della regolamentazione, in particolare sulle nuove tecnologie». Lo ha detto Julius Genachowski, ex chairman della Federal communications commission (Fcc).

**video**



di Enrico Menduni  
Professore di Media e Comunicazione all'Università Roma Tre

## Ma un frate trappista può usare Twitter?

**C**ome impatta Internet con le pratiche religiose? Cosa vuol dire Facebook per un convento di clausura, o per una comunità buddista? Un confronto con gli studiosi di storia delle religioni (Rieti, Centro europeo di studi agiografici, 5 giugno 2013) mostra come i mass media siano stati molto importanti per diffondere le vite dei santi e il carisma del papa, mentre i social network abbiano più a che fare con le devozioni, cioè l'aspetto sociale e pubblico della preghiera: consentono ai fedeli di qualcuno o di qualcosa di organizzarsi come un fandom, ma anche a curatori, veggenti, stigmatizzati e mistici di farsi conoscere. La pagina Facebook di una mistica napoletana che afferma di curare la sterilità femminile è piena di testimonianze di donne (vere? o sono come le recensioni dei ristoranti?) che attestano che la cura è riuscita, magari con un mix di prescrizioni mediche e di frequentazioni della mistica, così da non sapere esattamente a chi si deve la grazia.

Le monache di clausura possono usare il telefonino? I frati trappisti cui è imposto il silenzio possono twittare o mandare sms? Ricordavo un antico radiodocumentario di Sergio Zavoli, “Clausura” (1958), in cui un microfono, e solo quello, era stato fatto filtrare dentro un convento di Bologna. Gli studiosi riuniti a Rieti attestano che

esistono pratiche diverse: qui tutti i frati hanno il computer, là è la madre badessa l'unica che ha un telefonino. È evidente che non è stata ancora stabilita una regola certa, segno che l'irruzione dei media digitali e dei social ha alterato profondamente, rimescolato e per certi versi distrutto i confini tra sfera pubblica e privata, anche nel senso religioso. Stare in clausura, ma usare Skype, non è proprio la stessa cosa di prima. Le religioni non maggioritarie, come le confessioni buddiste, sono organizzate per comunità - anche i primi cristiani lo facevano - che si riuniscono periodicamente, generalmente una volta la settimana. Come avvengono i contatti fra una riunione e l'altra? Le testimonianze portate a Rieti parlano di relazioni prevalentemente telefoniche in alcuni luoghi, completamente spostate sui social media altrove. Il desiderio di rimanere collegati, dunque, assume diverse forme a seconda dell'uso delle tecnologie proprio di quel gruppo.

Alcuni santuari si avvicinano a parchi a tema di argomento religioso; città segnate da luoghi miracolosi o da un santo importante vedono nei pellegrinaggi una forma particolare di turismo, stimolando indirettamente il culto. Ma è nel Web 2.5, nei social network e nelle devozioni digitali che le pratiche religiose trovano una nuova dimensione. ▲