Raffaello Cortina Editore
Settimanale
26-03-2023
Pagina 16/17
Foglio 1 / 3
CORRIERE DELLA SERA laLettura
Tiratura: 230.062
Diffusione: 261.691
www.ecostampa.it

A partire dall'analisi di **Lev Manovich** è possibile elaborare una road map in cinque tappe per interpretare e capitalizzare il patrimonio dell'infosfera oggi in mano a pochi soggetti

Una borsa dei dati per il welfare digitale

di MAURIZIO FERRARIS

Trasferitosi ventunenne in America, Lev Manovich porta con sé tutte le icone della patria perduta, la Russia. In particolare, non è difficile trovare il filo ideale che lega il suo libro *Cultural Analytics*, tradotto in italiano dall'editore Raffaello Cortina ed egregiamente curato e introdotto da Stefano Moriggi, alla semiotica della cultura teorizzata cinquant'anni fa da Juri Lotman (che nel 1977 pubblicò un opuscolo intitolato *La cultura come mente collettiva e i problemi della intelligenza artificiale*), o agli intrecci fra linguistica e computazione di Nikolaj Trubeckoj, o fra mistica e matematica di Pavel Florenskij, più di cent'anni fa. Così *L'analisi computazionale della cultura* (questo il sottotitolo, che sarebbe stato un titolo perfetto, come *Semiotica e cultura* di Lotman e Uspenskij, o *La conoscenza integrale* di Solov'ëv) richiama la Sofia russa, la sapienza riottosa alle specializzazioni, anzitutto per l'aspirazione a un sapere della totalità che, oggi, è rappresentato dai dati.

Il problema, però, è che, anche senza fare paragoni svantaggiosi con autori di prima grandezza, Manovich si imbarca su una nave molto più fragile della loro, e naviga in un mare ben più aperto e tempestoso di quello frequentato dai suoi predecessori. Non senza un ottimismo nutrito da una forte dose di incoscienza, infatti, si propone di elaborare, per l'universo della cultura digitale che ci circonda, una interpretazione complessiva simile a quella che, nel secolo scorso, era stata proposta per un *corpus* di dati che retrospettivamente appare irrisoriamente piccolo, il mondo della cultura in epoca analogica.

Se quella impresa, in cui si erano impegnati, oltre ai sofianici russi, i semiotici e gli ermeneutici di quei tempi, comprese figure come Umberto Eco nel *Trattato di semiotica generale* o Hans-Georg Gadamer in *Verità e metodo*, non si è realizzata se non molto parzialmente, parrebbe che l'analisi computazionale della cultura di Manovich sia condannata in partenza al fallimento. Tuttavia, è un fatto indubitabile, una simile analisi è la cosa più necessaria per tempi come i nostri, in cui l'interpretazione e la capitalizzazione dei dati, ben lungi dall'essere un patrimonio comune dell'umanità, come la medicina o l'ingegneria, sono monopolizzate (in forma esoterica, cioè non pubblica) da poche piattaforme commerciali americane e da uno Stato totalitario, la Cina.

Che fare, dunque? Prima di tutto leggere Manovich, per prendere le misure del problema, e poi, lasciando la Sofia e venendo alla più terrestre filosofia, elaborare una road map per rispondere a ciò che, in *Cultural Analytics*, rimane solo una domanda. Chiuso il libro di Manovich, provo ad abbozzare un percorso che permetta all'intera umanità di trarre vantaggio dai dati così come tutta l'umanità, in linea di principio, trae vantaggio dalla cultura.

Il primo passo da fare è concettuale, e consiste nel distinguere, nel mare magnum del web, i dati semantici, ossia quelli che possono essere compresi purché si disponga della necessaria attrezzatura culturale (per esempio, sapere l'ungherese se si legge una voce di Wikipedia in ungherese) e i dati sintattici (la geolocalizzazione, la successione dei nostri contatti, e più in generale l'ambito di quelli che si definiscono «metadati») che acquisiscono significato solo attraverso un'opera di correlazione con miliardi di altri dati, e che quindi a oggi è alla portata solo delle grandi piattaforme. Manovich non lo fa e questo rende inutili molte delle sue considerazioni, perché la scienza necessaria per capire i dati semantici è a disposizione di qualunque persona educata, mentre quella necessaria per capire i dati sintattici richiede l'accesso a fantastilioni di dati e il possesso di capacità di calcolo gigantesche, che sono alla portata dei pochi *big player* attuali.

Il secondo passo è politico, e consiste nel far sì che, per rimediare allo strapotere dei *big player* attuali, istituzioni dotate di *corpora* di dati semantici (e ogni istituzione è un *corpus* di questo tipo, anche se il più delle volte non lo sa) chiedano ai propri membri, siano essi i correntisti di una banca, i pazienti di un ospedale o gli studenti e i professori di una scuola o di una università, l'autorizzazione ad accedere ai dati, semantici e sintattici, che questi producono sulle piattaforme commerciali, facendo valere la legge sulla portabilità dei dati vigente nella Unione Europea e tutt'ora inutilizzata.

Il terzo passo è ermeneutico, e consiste nell'incrocio tra i dati semantici a disposizione della istituzione e i dati, semantici e sintattici, prodotti dai suoi membri e ottenuti attraverso la legge sulla portabilità dei dati. Questo incrocio è, in potenza, la più grande impresa conoscitiva che si apre di fronte all'umanità perché è alla portata di una grande quantità di attori (diversamente che nell'oligopolio dei *big player* attuali) e, avvalendosi della intersezione fra dati semantici, per esempio l'avere una patologia, seguire un certo corso di studi o avere acceso un mutuo, e di big data sia semantici (i post sui social, ad esempio) sia sintattici (la registrazione dei comportamenti dei produttori di dati), permetterebbe di ottenere correlazioni preziose fra stili di vita, malattie, percorsi educativi, prospettive finanziarie. Partendo dall'assunto che, contrariamente a quello che spesso si crede, non è in alcun modo vero che conoscere la realtà significa ridurre la libertà: al contrario, siamo tanto più liberi di scegliere quanto più conosciamo la realtà in cui compiamo le nostre scelte, e che le condiziona tanto più quanto meno la conosciamo.

Il quarto passo è però ancora più importante, e consiste nel superare l'ambito della mera interpretazione, per ottenere delle spiegazioni. Mi spiego. L'ermeneutica consiste nell'effettuare gli incroci e stabilire le correlazioni, ed è il compito di tecnici, che possiamo chiamare ermeneutici, o semiotici, o *data scientist*, o come si preferirà, tanto il concetto è chiaro: sono persone che hanno acquisito

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
005345
L'ECO DELLA STAMPA
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE
Raffaello Cortina

Raffaello Cortina Editore

CORRIERE DELLA SERA
laLettura

www.ecostampa.it

una peculiare competenza nell'elaborare i dati e nel trarne dei significati. Proprio come i decifratori del codice segreto tedesco Enigma, che non a caso furono i primi informatici, il gruppo di Alan Turing a Bletchley Park. Ma, si noti bene, saper interpretare un codice non significa, come ingannevolmente hanno suggerito molti semiotici ed ermeneutici del secolo scorso (o almeno come ci è piaciuto di credere per metterci l'anima in pace), possedere una scienza universale, per lo stesso motivo per cui conoscere le lettere dell'alfabeto non coincide con il possesso di un sapere assoluto: il frutto della decodificazione di Enigma non avrebbe fatto vincere la guerra agli Alleati se a gestirla fossero stati gli informatici invece che i generali. Sembra ovvio, ma non lo è. Per esempio, Google ha proposto di offrire un servizio sanitario nazionale agli Stati Uniti, e sarà senz'altro una cosa buona e giusta, visto che al momento non esiste; ma sarebbe ben dubbio il vantaggio per i cittadini americani privi di assicurazioni sanitarie se a curarli fossero degli ermeneutici, dei semiotici o dei *data scientist*, invece che dei medici. Insomma, il possesso di canoni e metodi di interpretazione deve sistematicamente accompagnarsi con il possesso di competenze scientifiche appropriate all'ambito di analisi: economiche, mediche, storiche, giuridiche e via dicendo per l'intera enciclopedia del sapere.

Il quinto e ultimo passo è la capitalizzazione delle conoscenze ottenute attraverso l'incontro fra l'interpretazione dei dati e il sapere specifico sulle varie discipline interessate alla spiegazione dei dati. Qui il primo, immenso, capitale, sarebbe la creazione di un sapere condiviso. In un contesto in cui i giocatori non si contassero più sulle dita di due mani, come oggi (una mano è americana, l'altra cinese), ma fossero numerosi quante sono le università, le banche, le cooperative, i centri di ricerca presenti nell'Unione Europea, sarà poi possibile creare una borsa dei dati.

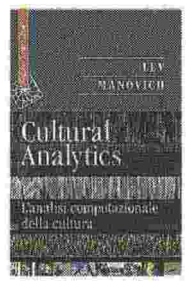
A beneficiare di questa borsa saranno prima di tutto i sistemi di tassazione, che potranno effettuare dei prelievi equi sulle plusvalenze delle piattaforme commerciali che al momento non sono quantificabili appunto perché manca uno spazio di negoziazione pubblica dei valori. Ma, ancor più, la grande beneficiaria sarà l'umanità, che si vedrà riconosciuta come produttrice di un patrimonio prima inesistente: i dati. È a partire da qui che si troveranno le risorse per un *webfare*, un welfare digitale che, dobbiamo esserne consapevoli, è la sola via praticabile per controbattere i quattro cavalieri dell'apocalisse (la guerra, la violenza, la carestia e la pestilenza) che sono tornati a bussare alle nostre porte, posto che avessero mai smesso di farlo, e che non possono più venire tenuti a freno con le risorse esistenti. Ci vuole un capitale completamente nuovo; e, per fortuna, c'è. Solo va compreso e interpretato, e di questo edificio ancora tutto da costruire Manovich fornisce un prodromo che, come le opere d'arte secondo Kant, «fa pensare molto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Futuro Massimo Mantellini

Il «vecchiogiovane» alle prese con il web

Nel suo libro *Invecchiare al tempo della rete* (Einaudi, pp. 131, € 12) Massimo Mantellini affronta la questione di come la condizione degli anziani si va configurando in un ambiente che esalta l'innovazione continua e lascia indietro chi non riesce ad adeguarsi. L'autore parla a questo proposito di «landa incognita», nella quale acquisterà rilievo la figura contraddittoria del «vecchiogiovane», la cui «caratteristica intima più rilevante è l'incertezza di sé». Non è da escludere che l'universo del web possa essere adattato alle esigenze della terza età. Ma «per ora i luoghi digitali restano impervi e inospitali per qualsiasi persona anziana».



LEV MANOVICH
Cultural Analytics. L'analisi computazionale della cultura
A cura di Stefano Moriggi, traduzione di Andrea Maraschi
RAFFAELLO CORTINA
Pagine 402, € 29

L'autore

Nato a Mosca nel 1960, Lev Manovich vive da oltre quarant'anni negli Stati Uniti, di cui ha acquisito la cittadinanza. Professore al Graduate Center, City University of New York, ha pubblicato diversi studi sulla semiotica dei media e la filosofia della comunicazione. In Italia sono usciti alcuni dei suoi libri: *Il linguaggio dei nuovi media* (traduzione di Roberto Merlini, Olivares editore, 2002); *Software culture* (traduzione di Matteo Tarantino, Olivares, 2010) e *L'estetica dell'intelligenza artificiale* (traduzione di Gaia Bobò e Valentino Catricalà, Luca Sossella editore, 2020)

Bibliografia

Sulle implicazioni della civiltà digitale: Evgeny Morozov, *L'ingenuità della rete* (traduzione di Marilena Renda e Fjodor Bruno Ardizzoia, Codice, 2019); Mauro Barberis, *Ecologia della rete* (Mimesis, 2021); Shoshana Zuboff, *Il capitalismo della sorveglianza* (traduzione di Paolo Bassotti, Luiss University Press, 2019); Jaron Lanier, *La dignità ai tempi di Internet* (traduzione di Alessandro Delfanti, il Saggiatore, 2014); Franco Ferrarotti, *Il viaggiatore sedentario* (Edb, 2018)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
005345

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

Raffaello Cortina Editore

CORRIERE DELLA SERA laLettura

www.ecostampa.it

La sfida è la creazione di un immenso **sapere condiviso** in un contesto in cui i giocatori siano numerosi quanto lo sono le università, le banche, le cooperative, i centri di ricerca

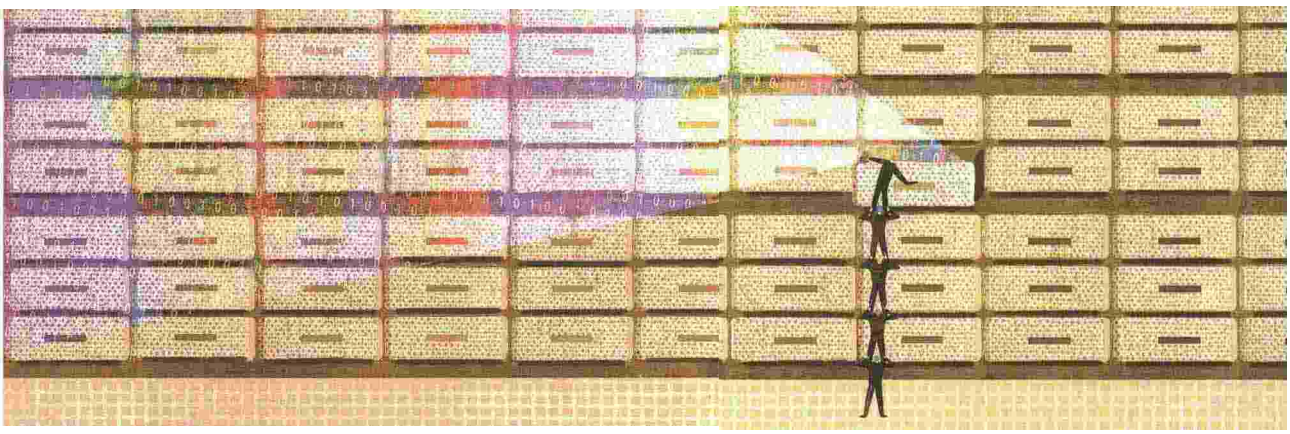
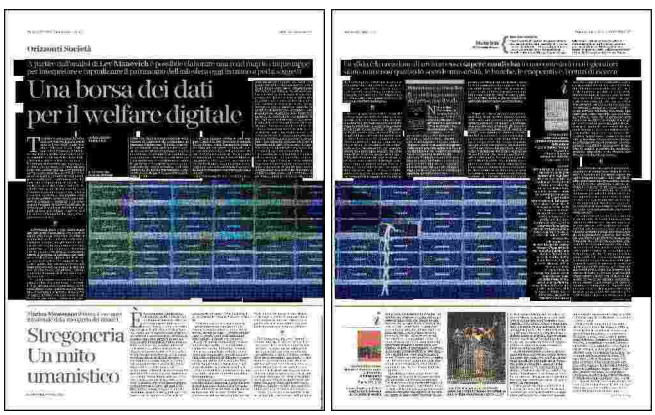


ILLUSTRAZIONE
DI **ANNA RESMINI**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

005345



L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE