



SFIDE DIGITALI/1. Dalle false illusioni ai costi, agli sprechi, ai pericoli delle nuove tecnologie

Rischio Innovation Pessimism

Un cattivo utilizzo delle nuove tecnologie non solo comporta danni alle persone e alle aziende, ma può anche innescare una disillusione del digitale e, in generale, dell'innovazione, molto pericolosa

di **Andrea Granelli**

«**S**e le persone non conoscono come funzionano i media, sono travolte da torrenti di disinformazione, pubblicità, messaggi indesiderati, pornografia, rumore, sciocchezze di ogni genere», osserva Howard Rheingold nel suo "Net Smart. How to Thrive Online". La conoscenza non superficiale delle tecnologie digitali è oggi quanto mai necessaria. "Usa le tecnologie prima che loro usino te", dice un detto hacker, che di fatto volgarizza una riflessione di Marshall McLuhan: «By understanding media as they extend man, we gain a measure of control over them». Infatti, rifletteva oramai molti anni fa lo psicologo Erich Fromm: «Il pericolo del passato era che gli uomini diventassero schiavi. Il pericolo del futuro è che gli uomini diventino robot». Anzi, il pericolo è ancora maggiore, segnala **Paul Virilio**: «La tecnologia crea innovazione ma – contemporaneamente – anche rischi e catastrofi: Inventando la barca, l'uomo ha inventato il naufragio, e scoprendo il fuoco ha assunto il rischio di provocare incendi mortali».

Il tema della dimensione problematica del digitale è delicato e complesso e va pertanto inquadrato e compreso in maniera non preconcetta 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 infatti minimizzare o esorcizzare il lato oscuro per contrastare il cre-

scente sospetto nei confronti della Rete e delle sue potenti tecnologie e soprattutto il timore che le sue promesse – spesso enfatizzate e generalmente accettate acriticamente – non possano essere mantenute. Il tema non è recente ma – nell'ultimo periodo – la sua rilevanza è cresciuta con vigore.

Quanto "sporca" la Rete

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 *click-tivism*, 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 data-center 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 per cento. Questi numeri sono ancora più inquietanti se misuriamo la ridondanza e "sporcizia digitale" presente 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 (62.000 miliardi di messaggi).



Andrea Granelli
è presidente di Kanso



Il lato oscuro del digitale. Breviario per (soprav)vivere nell'era della rete, Andrea Granelli - Prefazione di David Bevilacqua, Vice President South Europe di Cisco Systems, Postfazione di Antonio Spadaro, gesuita, direttore de "La Civiltà cattolica" - Franco Angeli Editore

Quanto cambiano i comportamenti

Oltre a creare problemi di per sé, queste criticità stanno inducendo tre nuovi comportamenti – sempre più diffusi – che, a mio modo di vedere, possono creare ancora più problemi: impoverimento informativo, alienazione informatica e “pensiero unico” del digitale. Fenomeni subdoli, poco apparenti, ma in agguato e potenzialmente temibili. Il loro contrasto parte innanzitutto da un loro svelamento. La posta in gioco è molto alta. Non solo per gli sprechi e i danni che un cattivo utilizzo di queste potenti tecnologie comporta. Una delusione del digitale e, in generale, dell'innovazione, causata da uno svelamento non guidato e da false promesse – fenomeno in parte costitutivo e tipico, come ci ricorda la società Gartner Group, di ogni rivoluzione tecnologica – potrebbe essere drammatica, soprattutto di questi tempi. Rischierebbe infatti di interrompere quel flusso di innovazione e sperimentazione necessario soprattutto in tempi di crisi e di discontinuità, che è sempre accompagnato da sogni, spericolatezze, errori e rischi. E ci sono già le prime avvisaglie: ad esempio l'articolo di fondo su “The Economist” del 12 gennaio titola evocativamente *Innovation Pessimism*.

Il guardare con sospetto questi atteggiamenti – estremi, scomodi ma sempre connaturati alla ricerca del nuovo – rischia di aprire nella ricerca e nell'innovazione legata al digitale una fase di conservazione, di sospettosità e di contabilizzazione ragionieristica della sperimentazione che può essere deleteria.

La tecnologia viene dopo

È dunque necessario comprendere davvero il fenomeno e non fermarsi alla superficie, spesso luccicante ma ingannevole. E poi va costruita una cultura del digitale, che apra a una maggiore comprensione, anche degli aspetti più scomodi e che, soprattutto, dia indicazioni su come maneggiare queste tecnologie, su cosa possiamo chiedergli e che cosa va assolutamente evitato.

Ciò che serve è dunque molto di più di una banale alfabetizzazione digitale, di un addestramento agli strumenti digitali o ai suoi linguaggi sempre più criptici; ciò che serve è una vera e propria guida che ci aiuti a cogliere le peculiarità di questo straordinario ecosistema reso possibile dal digitale, e a guidarne le logiche progettuali e i processi di adozione, tenendo a bada – nel contempo – le sue dimensioni problematiche. Una guida che aiuti cioè a costruire una strategia capace di definire i contenuti della futura “Agenda digitale aziendale”. Il cuore di questa strategia si deve basare su un assunto fondamentale: ripartire dai problemi da risolvere o dalle concrete opportunità da cogliere e non (più) dal potere abilitante delle tecnologie (o meglio dalle loro promesse). Ciò richiede di rimettere al centro i processi operativi e i dati effettivamente utili: la tecnologia viene in un secondo momento, solo “su chiamata”. Le strategie *technology-driven* hanno oramai mostrato il fianco.

Attenzione a non perdersi

Questo approccio ha alcune specifiche implicazioni. Innanzitutto forza ad analizzare i processi e reingegnerizzarli prima di introdurre l'automazione. L'It introduce sempre delle novità, che però possono diventare molto velocemente legacy, vincoli. Troppo spesso si sono automatizzate procedure inutili e – una volta automatizzate – diventano una barriera al cambiamento e cristallizzano lo status quo.

Le criticità principali

- **Esplosione informativa:** la librairie particulière del re di Francia Carlo V nel 1368 conteneva 917 volumi (tutto lo scibile umano del tardo medioevo). Nel 1997 il presidente Chirac inaugura la nuova biblioteca nazionale francese con 400 chilometri di scaffali. Inoltre Internet cresce di 1 Terabyte/giorno, equivalente a 50,000 videoclip, 250 milioni di articoli da periodico o 500 milioni di “blog entries”.
- **Posta-porcheria:** il numero medio di eMail inviate quotidianamente nel mondo è di 294 miliardi, di cui l'89% – circa 260 miliardi di messaggi – è costituito da spam.
- **Concentratio interrupta:** mediamente un impiegato americano riesce a concentrarsi in modo continuativo per circa 3 minuti, prima di essere interrotto da tweet, mail, Sms, telefonate...
- **Depotenziamento del sé:** circa un milione di giovani giapponesi (chiamati hikikomori) sono quasi auto-reclusi in casa per passare la vita “vera” online, nei mondi allucinatori delle fantasie epiche dei videogiochi fantasy.
- **Consumo energetico:** si stima che – con l'attuale tasso di crescita dei data center e delle reti – nel 2020 il consumo sarà di quasi 2.000 miliardi di kilowattora, che rappresenta il triplo dei consumi attuali e ben oltre quanto consumino oggi Germania, Francia, Brasile e Canada messi insieme.



In secondo luogo pone il dato utile al centro della progettazione: Big Data non è necessariamente una buona notizia, anzi... Come ci ricorda il grande poeta Coleridge nella sua "La ballata del vecchio marinaio": «Acqua, acqua dovunque e neppure una goccia da bere». In generale più dati dobbiamo gestire, più costi dobbiamo sostenere e più aumenta il rischio di perdere di vista i dati effettivamente utili, di non riconoscerli. Il valore di un dato deve nascere dalla conoscenza approfondita dei processi operativi o dei comportamenti dei clienti e non può essere solo svelato da algoritmi neurali quasi magici; il *data mining* a oggi ha trovato poche pepite e questo problema si acuirà con il crescere dei "dati spazzatura".

Infine va affrontato lo scabroso tema del diluvio della posta elettronica e delle riunioni inutili, lunghissime e inefficaci, vera e propria "peste del XXI secolo". In particolare queste ultime sono letteralmente esplose grazie alla facilità con cui si possono organizzare in remoto. Il tema non è naturalmente limitarsi a ridurre forzatamente questi eventi o cambiare strumento, ma analizzare in profondità questi processi e i comportamenti sottesi per comprendere perché queste criticità si manifestano con tale frequenza.

Bisogna dunque incominciare a misurare in maniera oggettiva l'impatto economico del "lato oscuro", facendo emergere anche i costi nascosti, spesso non conteggiati. Non solo gli elevati costi infrastrutturali, gli sprechi (acquisto di software inutili o sostanzialmente inefficaci, device obsoleti troppo rapidamente), la perdita di efficienza, ma anche gli elevati consumi energetici, l'impatto ambientale non trascurabile, la perdita di efficacia (e di concentrazione) e la progressiva incapacità di pensare *out-of-the-box*. ■

SFIDE DIGITALI/2. Rivedere il rapporto con i social media

Benessere digitale

I social media sono utili, ma possono creare dipendenza, distrarre e influire negativamente sul pensiero creativo. Il multitasking non sempre è positivo

di **Andrea Ferrazzi**

Se appena svegli, prima ancora di alzarvi dal letto, non potete rinunciare a guardare il cellulare per leggere sms, mail e ultimi post su Facebook, se proprio non resistete alla lucetta rossa del vostro BlackBerry, se nel corso della giornata il tempo che dedicate ai social media non vi sembra mai eccessivo, fareste bene a preoccuparvi. Sono i sintomi di un malessere digitale che, presto, potrebbe trasformarsi in una vera e propria dipendenza. Ammesso che ciò non sia già accaduto, senza nemmeno che ve ne siate accorti e, soprattutto, che siate disposti ad ammetterlo. Ma non vi dovete vergognare: sono in molti nella vostra condizione.

Secondo uno studio dell'Università di Chicago, questa sindrome ha contagiato 350 milioni di utenti: per loro la tentazione di connettersi ai social network è addirittura più forte di quella di fumare, bere e avere rapporti sessuali. La maggior parte dei volontari che hanno accettato di sottoporsi ai test è consapevole del fatto che un'assidua frequentazione di Facebook o Twitter rappresenta una distrazione dagli impegni quotidiani o dall'attività professionale. Ma questo non cambia il loro comportamento. Inoltre, gli utenti sviluppano una dipendenza anche rispetto agli apprezzamenti che ricevono da altri. I vari "mi piace" su Facebook stimolano neurotrasmettitori

come la dopamina, che danno una sensazione di piacere, mentre una carenza di "mi piace" genera frustrazione e invidia. Provocando, insieme al confronto perenne con gli altri utenti, effetti negativi anche sull'autostima, come evidenzia un altro studio sul tema, citato da un articolo molto discusso, uscito su Forbes.com a inizio anno, in cui si segnalavano tre buoni motivi per abbandonare i social media nel 2013.

Cure disintossicanti

Per qualcuno, in effetti, è come smettere di fumare: non serve ridurre le sigarette quotidiane, bisogna eliminarle. Ma non per tutti è così. Sono possibili trattamenti più soft, soprattutto se la presenza sui social media fa parte del lavoro. «Come scrittrice – racconta l'autrice di *The Facebook Diet*, Gemini Adams, che si è sottoposta a una vera e propria terapia di disintossicazione digitale – lavoro spesso da casa. Dal momento che mi capita di fare molte ricerche, la pagina di Facebook era sempre aperta. Scrivevo per una ventina di minuti e poi andavo a controllarla. La cosa veramente pericolosa è che, anche se pensi di dare soltanto un'occhiata, sovente finisci per stare seduto davanti allo schermo per mezz'ora. E allora ti accorgi che mezz'ora del tuo tempo si è volatilizzata».

Per un inguaribile tecno-ottimista come l'ex direttore di *Wired*,