

Il potere socievole di Fausto Colombo

2013 Bruno Mondadori editore

Recensione di Franco Mattarella, ottobre 2013

La tesi centrale del libro di Fausto Colombo è che la *sorveglianza sociale* attuata dal Potere, che ha avuto storicamente come soggetti attivi le istituzioni politiche, con la comparsa della Rete e soprattutto dei Social Media (Web 2.0), ha subito nell'ultimo ventennio una mutazione. **Due nuovi soggetti sono diventati parte attiva del potere aggiungendosi al potere tradizionale: le agenzie non istituzionali che operano su Internet (Google, Facebook, ecc) e gli utenti stessi.** In tal modo la sorveglianza da verticale (quale quella operata dal potere tradizionale con fini repressivi), si è trasformata in orizzontale e viene esercitata da tutti e tre i soggetti attivi del potere con fini preventivi, in una sorta di sorveglianza partecipatoria (o *Interveillance*).

Le riflessioni di Colombo si fondano sull'analisi storica della sorveglianza sociale che Michel Foucault espresse nel 1975 in "*Sorvegliare e punire, nascita della prigione*" e ne estendono l'applicabilità all'ecosistema mediatico odierno, del quale i social media e i social network si avviano a diventare gli attori principali.

Il libro di Colombo analizza l'applicabilità al Web 2.0 di tre concetti foucaultiani, vale a dire: rapporto tra potere e controllo sociale, fenomeno del dire di sé (*self-disclosure*), rapporto tra diritto di parola e verità nei contesti democratici.

In "*Sorvegliare e punire*" Foucault sosteneva che l'individuo moderno non nasce come risultato di un processo di liberazione dalle pastoie delle società premoderne (come vuole la retorica illuminista), ma piuttosto come effetto della pressione sociale che gli ha imposto regole e controlli disciplinari. Se si accetta questa visione se ne può dedurre che **la società del Web 2.0 e dei social media è lo strumento più efficace per mantenere e ampliare a dismisura il controllo disciplinare che si basa non più sui corpi (come descritto da Foucault per il passato) ma sulle convinzioni e sulle abitudini (come propone Colombo per il presente).**

E che si tratti di un presente già pienamente realizzato lo dimostra il caso Datagate, le cui prime notizie sono apparse sul Guardian il 5 giugno 2013, quando il libro di Colombo era già stato pubblicato. Esso consiste nelle rivelazioni dell'ex-analista dei servizi segreti americani Edward Snowden, che ha denunciato l'esistenza di un vasto e sistematico programma di intercettazioni illegali su scala globale, con il concorso delle principali aziende della Rete (Google, Yahoo, Facebook, Apple, ecc).

Come mai anche gli utenti sono diventati soggetti attivi del potere nell'effettuare la sorveglianza sociale (orizzontale o laterale)? Sappiamo che oggi vi è la possibilità di soddisfare *rapidamente e gratuitamente* tutta una serie di bisogni: servizi di comunicazione quali caselle di posta, archiviazione e trasmissione di foto, visione e pubblicazione di video amatoriali, transazioni finanziarie, informazioni di viaggio, di alloggio, di ristorazione. Ma l'erogazione di tali servizi richiede agli utenti, nei contratti di accettazione del servizio che pochi leggono, la cessione di informazioni personali su di loro e sul loro comportamento in rete. Michel Foucault aveva messo in guardia sul fatto che i cittadini accettano di rinunciare a porzioni di libertà in cambio di rassicurazioni sulla

propria vita e il loro benessere, e Fausto Colombo ha aggiunto (p.132). *"Dovremmo forse aggiornare questo punto interrogandoci sulla ragione per cui oggi l'esposizione sulla rete di noi stessi, di informazioni su di noi, di immagini, storie, pensieri e opinioni che ci riguardano, sia percepita come un congruo prezzo da pagare per la possibilità di avere a disposizione relazioni, informazioni, immagini e pensieri di altri, così come il rischio che i nostri dati personali forniti a un sito di commercio on line possano essere utilizzati in modo improprio e da noi non previsto è ripagato dalla rapidità della transazione, e magari dal risparmio ottenuto."*

E' vero anche che i social media danno voce a richieste della società civile che i mass media tradizionali trascurano (soprattutto nelle nazioni totalitarie) ma, allo stesso tempo favoriscono il controllo disciplinare di una società moderna e sempre più interconnessa nella quale gli individui rinunciano spontaneamente a porzioni di libertà.

Per citare Colombo (p.143): *"[la piattaforma tecnologica costituita dai social media] usa le informazioni (su di noi) per scopi che nulla hanno a che vedere con il nostro benessere o la nostra crescita (anche se non si può escludere che esso risponda in qualche modo ai nostri bisogni e soprattutto a nostri desideri)."*

Un altro elemento che distingue i mass media dai social media riguarda la differenza tra *credibilità e fiducia*. Nei mass media tradizionali quel che conta è se ciò che l'emittente dice è vero o meno. I mass media tradizionali richiedono il possesso di una credibilità maturata nel tempo nel rapporto con il ricevente. Invece la complessità crescente introdotta dai social media, dovuta alla più elevata quantità di informazioni e al loro frequente aggiornamento, rende difficile la valutazione di *credibilità* e fa appello alla *fiducia* nei soggetti emittenti, cioè all'accettazione del "rischio" che essa venga tradita.

E dato che la qualità delle relazioni sui social media è spesso improntata a rapidità e superficialità questo rischio aumenta e gli utenti non ne sono consapevoli.

Tutte le argomentazioni citate da Colombo sostengono la tesi che i social media favoriscono l'esplosione di un tipo di relazione che tende a far provare piacere più che a essere utile all'individuo. Secondo Colombo su di noi pende l'interrogativo di Foucault secondo il quale (p.134): *"non dovremmo pensare che uno degli esercizi per una cittadinanza libera e consapevole sia la conoscenza profonda non soltanto delle opportunità tecniche offerte dalle tecnologie, ma anche dei loro portati sociali, ivi comprese quelle forme di dominio che possiamo non soltanto subire, ma anche esercitare?"*

A questa conclusione che riguarda il singolo soggetto ne segue un'altra sull'intera società che Colombo così esprime (p.149): *"Se si fa della democrazia una questione non solo quantitativa ma anche qualitativa (per cui la menzogna dei molti fa persino più danni della menzogna dei pochi, così come la verità dei molti è più produttiva socialmente della verità dei pochi [...]), allora i social media non sono di per sé nè più nè meno democratici di qualunque altra arena pubblica."*