

# Introduzione. Ipervisibilità

@alexia: Avremmo vissuto diversamente sapendo che un giorno la nostra vita sarebbe stata indicizzata<sup>1</sup>.

## Un uomo fatto a sua immagine

Alfred Hitchcock, che usava riferirsi ai film come «immagini», una volta disse che dietro ogni bell'immagine si nascondeva un cadavere. E aveva ragione, da consumato maestro nel far risorgere i morti, come in *Vertigo* (*La donna che visse due volte*), raccapricciante pellicola del 1958 dove un uomo s'innamora di una donna già defunta. La verità è che un bel cadavere crea un'immagine talmente intrigante da dar vita a un saggio come questo.

Dietro questo libro si cela infatti uno dei cadaveri più visibili dell'Ottocento: il corpo senza vita di Jeremy Bentham, filosofo dell'utilitarismo, riformatore sociale e architetto di un nuovo tipo di carceri, esposto in pubblico fin dalla sua morte nel giugno 1832<sup>2</sup>. Nel tentativo di immortalare la sua reputazione di «benefattore della razza umana» – come lui stesso si era definito – Bentham lasciò in eredità il suo corpo imbalsamato insieme a Dapple, il suo bastone da passeggio preferito, allo University College di Londra, dando indicazioni che venissero esposti permanentemente in una cassa di legno con il frontale di vetro, per cui coniò il termine di auto-icona – neologismo per indicare «un uomo fatto a propria immagine»<sup>3</sup>.

Oggi la sua brama di attenzione è in esposizione permanente in una bara pubblica che, secondo le stime di Aldous Huxley, l'autore di *Mondo nuovo*, è più grande di una cabina telefonica ma non di un box di un wc chimico<sup>4</sup>. Ora Bentham e Dapple dimorano in un corridoio dell'edificio centrale dello University College su Gower Street, posizionati strategicamente in modo da poter essere notati dal gran via vai di persone che affollano questo campus metropolitano. Così oggi Bentham, che si riteneva l'individuo «più concretamente benevolo» che fosse mai esistito<sup>5</sup>, non è mai solo. È riuscito, per così dire, a eliminare la propria solitudine.

L'idea di questo libro si manifestò per la prima volta in quel corridoio londinese. Ero lì che mi aggiravo in tutta tranquillità, in un pomeriggio uggioso di novembre, con un BlackBerry<sup>6</sup> in una mano e una fotocamera digitale Canon<sup>7</sup> nell'altra, intento a osservare l'auto-icona. Ma più guardavo il raccapricciante Jeremy Bentham più mi sorgeva il sospetto che le nostre due identità si fossero fuse in una sola. Al pari del solitario filosofo dell'utilitarismo esposto pubblicamente per l'intera era industriale, anch'io mi ero tramutato in poco più di un cadavere esposto in una scatola trasparente.

Sì, proprio come Jeremy Bentham, me ne ero andato da tutt'altra parte. Mi trovavo in un luogo chiamato social media, quell'area permanente di auto-esposizione della nuova era digitale dove, grazie al mio BlackBerry Bold e agli oltre cinque miliardi di dispositivi che abbiamo per le mani<sup>8</sup>, ci troviamo a pubblicare collettivamente il ritratto di gruppo dell'umanità in movimento. Questo luogo poggia su una rete di prodotti elettronici sempre più mobili e intelligenti che collegano tra loro quasi tutti gli abitanti del pianeta tramite servizi quali Facebook, Twitter, Google+ e LinkedIn. Piuttosto che una vita virtuale o secondaria, i social media vanno imponendosi come la vita in sé – lo stato centrale e trasparente dell'esistenza umana, quel che gli investitori della Silicon Valley oggi definiscono «l'internet delle persone»<sup>9</sup>. Come aveva predetto Justin Timberlake, impersonando con eleganza il presidente di Facebook Sean Parker, nel film del 2010 candidato all'Oscar *The Social Network*: «Prima vivevamo nelle fattorie, poi nelle città e ora vivremo su internet!». Perciò i social media sono un po' come casa nostra: è l'architettura in cui abitiamo oggi. Esiste perfino un quotidiano collaborativo chiamato *The Daily Dot* che tiene traccia di ogni cosa che accade quotidianamente sul web<sup>10</sup>.

Accovacciato davanti all'auto-icona in mogano, misi a fuoco la macchina fotografica su Bentham in modo da catturare le sfumature dei suoi occhi trasparenti, l'ampio cappello a tesa larga che ne copriva i lunghi capelli grigi, la camicia bianca increspata e la giacca da campagna nera, con Dapple nella mano inguantata. Spostando la fotocamera sul volto di cera, osservai da vicino gli occhi dell'inglese deceduto, per quanto consentito dalla mia tecnologia. Cercavo l'uomo privato dietro il cadavere pubblico. Mi premeva capire cosa avesse spinto «l'eremita della piazza della Regina»<sup>11</sup> – come Bentham amava autodefinirsi, un uomo assai noto per aver affermato il «principio della maggiore felicità possibi-

le», nel senso che gli esseri umani vengono definiti dal loro desiderio di massimizzare il piacere e di minimizzare il dolore<sup>12</sup> – a preferire l'eterno bagliore dell'esposizione pubblica alla privacy perpetua della tomba.

Nell'altra mano stringevo il BlackBerry Bold che, comunicando la mia ubicazione, le mie osservazioni e intenzioni, mi permetteva di vivere continuamente nella sfera pubblica. Ero tormentato dagli obblighi che mi competevano nei social media. Allora come oggi, dalla Silicon Valley faccio networking e il mio lavoro consiste nell'attirare l'attenzione altrui su Twitter e Facebook così da diventare ubiquo. I miei interventi godono di una certa considerazione; alla Jeremy Bentham, sono ciò che i futurologi definiscono super-nodo, l'avanguardia di quella forza lavoro che, secondo le previsioni, finirà per dominare sempre più l'economia digitale del XXI secolo<sup>13</sup>. Perciò quel pomeriggio, come qualsiasi altro pomeriggio trascorso a costruire la reputazione personale, avevo bisogno che quella foto apparisse sullo schermo di tutti.

Non che qualcun altro, dentro o fuori il mio giro, sapesse con esattezza dove mi trovassi quel pomeriggio di novembre. Mi trovavo per qualche ora nel centro di Londra, di passaggio tra il convegno sui social media appena conclusosi a Oxford e il successivo del giorno dopo ad Amsterdam, nei pressi del Rijksmuseum, il museo d'arte che ospita molti dipinti senza tempo firmati da artisti olandesi del XVII secolo quali Johannes Vermeer e Rembrandt van Rijn.

Ma in quel momento a Londra m'interessava la vita metropolitana, quel che l'autore anglo-americano Jonathan Raban definisce «la morbida città» della re-invenzione continua a livello personale, piuttosto che i quadri di artisti defunti. Avevo un giorno libero da impegni pubblici, l'opportunità per una breve fuga dalla società e per starmene da solo nella città dove ero nato e in cui avevo studiato, ma che avevo lasciato da tempo. Come ebbe a dire il sociologo tedesco dell'Ottocento Georg Simmel, la città «offre all'individuo una discreta quantità di libertà personale che non ha analogie in nessun'altra condizione»<sup>14</sup>. Quel pomeriggio era perciò la mia libertà: nessuno sapeva dove mi trovassi esattamente.

«Vivere in città è come vivere in una comunità di persone che non si conoscono»<sup>15</sup>, scrive Raban sulla libertà di vivere in una grande città. E sicuramente trascorsi quel pungente pomeriggio novembrino come un estraneo, perso in una comunità di persone che non si conoscevano, gironzolando per le strade tortuose di Londra, saltando su e giù da auto-

bus e treni della metropolitana, fermandomi qua e là a riesplorare luoghi familiari, rammentando l'impatto della città sulla mia personalità.

Alla fine, come succede spesso quando si gira senza meta a Londra, mi ritrovai a Bloomsbury, il quartiere dove trent'anni prima avevo frequentato l'università come studente di storia moderna. Passai davanti alla sede del Senato – l'imponente edificio monolitico che aveva ospitato il mio college e che sembra aver ispirato a George Orwell il ministero della Verità in *1984*<sup>16</sup> – prima di finire su Gower Street, in casuale avvicinamento al cadavere di Jeremy Bentham nello University College.

## @quixotic

Ero arrivato quella mattina da Oxford, dove nei giorni precedenti avevo preso parte al convegno intitolato «La Silicon Valley incontra Oxford». L'evento era stato organizzato dalla Saïd Business School dell'università, con gli imprenditori più quotati della Silicon Valley confluìti nella raccolta e stregata Oxford per celebrare la condivisione e la trasparenza della vita sociale nel XXI secolo.

Avevo partecipato a un dibattito con Reid Hoffman, il multi-miliardario fondatore di LinkedIn, prodigioso pioniere dei network online nella Silicon Valley e brillante visionario dei social media, noto come @quixotic su Twitter. «Dopo la laurea a Stanford pensavo di diventare professore e intellettuale», confessò una volta Hoffman. «Non si tratta di citare Kant quanto piuttosto di usare lenti d'ingrandimento per analizzare la società e chiederci chi siamo, anzi, 'come dovremmo essere in quanto individui e società?'. Ma poi ho capito che i libri degli accademici vengono letti da 50-60 persone, e io volevo avere un impatto maggiore»<sup>17</sup>.

Così, Reid Hoffman pensò ad adeguate lenti d'ingrandimento per studiare la società e, invece di scrivere libri per 50-60 lettori, lanciò un social network per 100 milioni di persone, a cui vanno aggiungendosi un milione di nuovi membri ogni 10 giorni<sup>18</sup>. Oggi, ogni secondo c'è qualcuno che si iscrive a LinkedIn<sup>19</sup>: nel tempo che ci metterebbe a leggere questo paragrafo, @quixotic ha avuto un *impatto* su altre 50-60 persone.

No, sicuramente non è un Don Chisciotte alle prese con i mulini a vento. Anzi, se i social media – che @quixotic ha definito Web 3.0<sup>20</sup> – hanno un padre fondatore, questi potrebbe sicuramente essere Hoffman,

uno dei primi *business angel*. Il *San Francisco Magazine* l'ha definito uno dei più potenti «arcangeli»<sup>21</sup> della Silicon Valley, *Forbes* l'ha messo al terzo posto della classifica dei re Mida 2011<sup>22</sup>, gli investitori di maggior successo al mondo, *The Wall Street Journal* l'ha descritto come «la persona più connessa della Silicon Valley»<sup>23</sup> e *The New York Times* lo ha incoronato «re delle connessioni interpersonali»<sup>24</sup> nel novembre 2001.

Imprenditore che ha studiato a Oxford e a Stanford, partner dell'agenzia d'investimenti Greylock Partners e multimiliardario in termini sia monetari sia di rete globale di relazioni commerciali e politiche, Hoffman ha previsto il futuro sociale quasi prima di chiunque altro<sup>25</sup>. «Mi ha sempre appassionato l'idea di costruire, progettare e migliorare gli ecosistemi umani», ha raccontato nel gennaio 2011<sup>26</sup>. E come architetto del «primario ecosistema umano» del XXI secolo, @quixotic è diventato uno degli uomini più ricchi e potenti del pianeta. Anticipando la trasformazione di internet da piattaforma dati a piattaforma per le persone reali, non solo Hoffman ha lanciato la prima azienda di social media nel 1997 – un servizio di incontri romantici chiamato SocialNet – ma ha poi investito in Friendster e Facebook, ed è fondatore, ex CEO e attuale direttore esecutivo di LinkedIn, il secondo social network statunitense per volume di traffico<sup>27</sup>. La sua travolgente entrata in borsa, nel maggio 2011, all'epoca fu la più cospicua dopo quella di Google del 2004<sup>28</sup> e lo rese multimiliardario all'istante.

«Il futuro arriva sempre prima ed è più strano di quanto ti aspetti», ebbe poi a dire<sup>29</sup>. Ma neppure Hoffman poteva immaginare, al momento del lancio di SocialNet nel 1997, che il suo futuro sarebbe arrivato così rapidamente. Sei anni dopo, nel 2003, – in partnership con l'amico Mark Pincus, altro pioniere dei social media residente nella Silicon Valley, co-fondatore di Tribe.net e oggi CEO di Zynga, circuito multimiliardario di giochi online<sup>30</sup> – acquistò a un'asta pubblica per 700.000 dollari un brevetto sui social network, diventando così, in un certo senso, l'eclettico co-proprietario del futuro stesso.

Il tema formale del mio dibattito con Hoffman a Oxford verteva sull'eventualità che le comunità dei social media potessero sostituire gli stati-nazione come sorgenti di identità personale nel XXI secolo. Ma in realtà il fulcro della nostra conversazione – anzi, dell'intero evento – era se l'essere umano digitale potesse dirsi più socialmente connesso rispetto ai suoi predecessori dell'era industriale. Mentre io non avevo una posi-

zione precisa rispetto ai benefici sociali del mondo virtuale, Hoffman sosteneva a spada tratta il potenziale dell'odierna rivoluzione dei social network nel creare contatti più stretti. Il passaggio dalla società degli atomi a quella dei byte, insisteva «l'arcangelo» in quella nostra discussione a Oxford, ci avrebbe reso più vicini e quindi più uniti a livello sociale come esseri umani.

Anche in privato, l'affabile e, devo ammetterlo, piacevole Hoffman appariva parimenti convinto di questa sua idea di socialità. «Ma come la metti con quelli che non hanno interesse a essere in rete?», gli chiesi mentre facevamo colazione insieme la mattina del dibattito.

«Cosa?!».

«Inutile nascondere, Reid, c'è anche chi non vuole tenersi sempre in contatto con gli altri».

«Come sarebbe a dire, *non vuole tenersi in contatto con gli altri?!*», mormorò il miliardario. Era tale l'incredulità che andava oscurando il suo volto angelico che, per un momento, temetti di avergli rovinato la colazione a base di salmone alla griglia e uova strapazzate.

«Sì», insistei. «Qualcuno vuole semplicemente starsene per conto proprio». Devo confessare che la mia uscita non era poi così originale. Stavo soltanto ripetendo quanto sostenuto dai difensori della privacy, come gli studiosi di diritto statunitensi Samuel Warren e Louis Brandeis, i quali nel 1890 pubblicarono sulla *Harvard Law Review* un saggio evergreen, «Il diritto alla privacy», in reazione alle allora nascenti tecnologie di massa della fotografia e dei quotidiani, in cui la privacy veniva definita come «il diritto dell'individuo a essere lasciato in pace»<sup>31</sup>.

Poteva trattarsi di un'affermazione riciclata del XIX secolo, ma almeno l'avevo rilanciata nell'ambiente giusto. Stavamo facendo colazione nella Destination Brasserie del Malmaison di Oxford, carcere ottocentesco costruito da un discepolo delle teorie architettoniche di Jeremy Bentham e trasformato in albergo di lusso del XXI secolo con camere a mo' di celle dalle porte a sbarre di ferro tipiche della vecchia casa di correzione<sup>32</sup>.

«Dopo tutto, Reid», volgendo lo sguardo verso le ex celle d'isolamento che ora ospitavano i singoli avventori della prima colazione, «qualcuno preferisce la solitudine alle relazioni sociali».

@quixotic finì di masticare un boccone di uova e pesce prima di ribattere con qualche saggia battuta riciclata delle sue. Ma laddove io

avevo citato un paio di studiosi di diritto americani del XIX secolo, Hoffman, che negli anni Ottanta aveva ottenuto a Oxford la laurea in filosofia, andò ancora più indietro nella storia, fino agli antichi greci del V secolo a.C., riesumando Aristotele, precursore delle teorie comunitarie e filosofo più influente del periodo medievale.

«Ricordiamoci», fece, prendendo in prestito un'affermazione assai nota dal trattato sulla *Politica* di Aristotele, «che l'essere umano è un animale sociale per natura»<sup>33</sup>.

## Il futuro sarà social

Sicuramente Reid Hoffman non è stato l'unico a riciclare questa fede pre-moderna nel fatto che l'impulso sociale è qualcosa di innato in tutti noi. Anche gli altri grandi della Silicon Valley presenti a Oxford, che al pari del sottoscritto e di Hoffman in quei giorni alloggiavano nella prigione restaurata – tra cui il fondatore di Twitter Biz Stone, il super investitore Chris Sacca<sup>34</sup>, l'ideatore di Second Life Philip Rosedale, il giornalista-tecnologo Mike Malone –, avevano abbracciato quell'ideale aristotelico della socialità come tratto naturale dell'umanità. Mentre però questi architetti del nostro futuro sociale sembravano possedere tutte le risposte sul domani interconnesso, la mia mente era zeppa di domande su quale direzione avremmo preso e su come ci saremmo arrivati.

«Allora, Biz, come sarà davvero questo futuro?»<sup>35</sup>, avevo chiesto a Stone una sera a cena, trovandoci per caso seduti vicini nell'affollato e chiassoso salone del Balliol College, istituzione fondata nel 1263 da John Balliol, uno degli uomini più in vista dell'Inghilterra medievale, latifondista feudale talmente potente da permettersi un esercito privato con diverse migliaia di fedeli seguaci.

Non era certamente una domanda fuori luogo. Da comproprietario di Twitter – dove come @biz vanta quasi due milioni di follower – Biz Stone è uno dei latifondisti più potenti della nostra epoca, una sorta di John Balliol del XXI secolo, un barone dell'informazione che conosce ogni nostro segreto.

«Non solo Biz sa quel che pensa ciascuno di noi», disse una sera Jerry Sanders, CEO del *San Francisco Scientific*, durante un dibattito alla

Oxford Union sul fatto di affidarci fiduciosi agli imprenditori, «ma anche dove esattamente stiamo pensando quel che stiamo pensando»<sup>36</sup>.

Ecco perché mi premeva l'opinione di Stone. Se c'era qualcuno che poteva prevedere il futuro era l'onnisciente magnate della Silicon Valley, il co-fondatore del social network dei messaggini in costante espansione che, valutato diversi miliardi di dollari<sup>37</sup> e forte di oltre 200 milioni di utenti registrati che diffondono più di 140 milioni di tweet al giorno<sup>38</sup>, sta rivoluzionando l'architettura della comunicazione del XXI secolo.

Stone – da sempre fervente sostenitore dei social media e scrittore<sup>39</sup> e che oltre ai suoi impegni quotidiani di venture capitalist<sup>40</sup>, collabora con l'amica Arianna Huffington in veste di consigliere strategico per l'impatto sociale di AOL<sup>41</sup> – mi si avvicinò in modo che potessi sentirlo al di sopra del chiacchiericcio frutto del clima conviviale e delle lunghe panche di legno. E, condividendo una battuta in stile Twitter, lanciò: «Il futuro sarà sociale».

«La killer app, eh?», replicai cercando – senza troppo successo, a dire il vero – di imitarne concisione e profondità.

Dietro le lenti dalla montatura nera e con un ciuffo ribelle da geek, Stone sogghignò come chi la sa lunga: «Proprio così», confermò. «Il sociale sarà la killer app del XXI secolo».

Biz Stone aveva ragione. Proprio lì a Oxford mi stavo rendendo conto di come il sociale – che stava a significare la condivisione di informazioni personali come località, gusti e identità individuali su reti online quali Twitter, LinkedIn, Google+, Facebook – fosse la cosa più innovativa di internet. Ogni nuova piattaforma sociale, oltre che qualsiasi servizio, app o pagina, stava diventando una componente di questo nuovo *mondo sociale* – dal giornalismo all'imprenditoria, dal commercio alla produzione, dall'istruzione alla beneficenza, dall'e-mail ai giochi, dal capitale alla televisione, dal consumo ai consumatori, tutto andava misurato in base al «diagramma sociale», un algoritmo che sembrava in grado di fornire la mappatura di tutte le nostre specifiche *reti sociali*. E poiché internet andava diventando il tessuto connettivo della vita nel XXI secolo, il futuro – il mio, il vostro e quello di tutti gli altri sull'onnipresente rete – non avrebbe potuto essere altro che, avete indovinato, *social*.

In quell'affollato corridoio londinese, però, mentre osservavo Jeremy Bentham, in verità mi sentivo tutt'altro che sociale – soprattutto davanti a quel cadavere del XIX secolo. Nella smania di ispezionare il defunto riformatore sociale, mi ero avvicinato a tal punto all'auto-icona da toc-

carne quasi il vetro frontale. Eppure il palese esibizionismo di Bentham continuava ad apparirmi misterioso. Non riuscivo a capire perché mai avesse voluto essere messo in bella mostra davanti una processione infinita di estranei, tutti intenti a scrutarne gli occhi trasparenti per carpire l'essere umano dietro il cadavere.

Ero alla ricerca di un lampo di saggezza dal caro, vecchio Jeremy Bentham, una qualche scintilla che mi aiutasse a comprendere meglio la condizione umana. Sì, l'auto-icona assomigliava parecchio al vero Bentham – nella definizione dell'amico Lord Brougham, «così perfetta da farlo sembrare vivo»<sup>42</sup>. Eppure, più osservavo quel cadavere e meno riuscivo a capire in primo luogo cosa lo avesse reso umano.

Dai miei studi giovanili di storia moderna, ricordavo le osservazioni sprezzanti di John Stuart Mill sul filosofo dell'utilitarismo: «La conoscenza di Bentham sulla natura umana è alquanto limitata», scriveva Mill, legalmente affidato a Bentham da piccolo<sup>43</sup> e suo maggior accolito, poi divenutone il critico più feroce. «È completamente empirica, e basata sull'empirismo di qualcuno con una scarsa esperienza»<sup>44</sup>.

John Stuart Mill, maggior filosofo inglese del XIX secolo, considerava Bentham una specie di computer umano, sagace nel prevedere i nostri appetiti e i nostri timori ma incapace di comprendere alcunché al di fuori della strette esperienze empiriche che ci rendono umani. «È stato impossibile sapere, sia per lui che per noi, quanto della natura umana sonnecciasse in lui», scrisse Mill sul suo mentore giovanile, di cui aveva però reso popolare il termine «utilitario»<sup>45</sup>. Il problema con Bentham, ammise Mill, era che difettava dell'immaginazione e dell'esperienza necessarie per afferrare il senso della condizione umana: «fino all'ultimo era rimasto un ragazzo»<sup>46</sup>.

Se Bentham non poteva insegnarmi granché sulla natura umana, mi chiedevo, a chi avrei dovuto rivolgermi?

## **Aggiorno, dunque sono**

Mi venne in mente che, per dare un senso umano a quel cadavere, avrei potuto esprimere queste mie riflessioni su Twitter, dove come @ajkeen ero seguito da diverse migliaia di persone. Stringendo il BlackBerry rettangolare tra le dita, riflettevo su come sintetizzare la mia confusione su

Bentham in un messaggio sociale entro i 140 caratteri. Allontanandomi dall'auto-icona, notai che il corridoio dello University College era affollato da studenti che andavano e venivano dai corsi pomeridiani. Mentre seguivo la processione di estranei che attraversava il campus di Bloomsbury, vidi che alcuni mi osservavano straniti, forse nello stesso modo ambiguo in cui io squadravo il cadavere di Bentham. Chissà che impressione facevo a quegli studenti: un estraneo solitario di un altro continente che, per quanto noto in varie reti globali, si aggira in modo anonimo nella metropoli, osservando con distaccata intimità quel cadavere dell'era pre-vittoriana.

Quello stato di smarrimento sul defunto riformatore sociale si trasformò in confusione sulla mia stessa identità. Anziché contemplare l'esibizionismo di Bentham, presi a esaminare la mia personalità nel contesto della situazione. In che modo, mi chiesi, potevo comprovare la mia stessa esistenza all'esercito di preziosi follower su Twitter, la stragrande maggioranza dei quali mi erano sconosciuti, come del resto io a loro?

Anziché diffondere via Twitter quelle considerazioni sull'auto-icona o rivelare cosa avevo mangiato a colazione quella mattina (di nuovo salmone alla griglia nell'elegante carcere di Oxford), oppure raccontare al mondo della mia prevista visita al Rijksmuseum di Amsterdam il giorno successivo, decisi di riservare al mio pubblico globale un messaggio in stile cartesiano.

*Aggiorno, dunque sono*, digitai con i pollici in Tweetie, applicazione con cui posso inviare dei tweet in qualsiasi momento e da ogni luogo tramite il mio BlackBerry Bold.

Quei ventuno caratteri di saggezza digitale rimbalzavano sullo schermo, impazienti, così sembrava, di essere diffusi in rete per essere letti dal mondo intero. Ma il pollice era fermo sul tasto invia: non ero pronto per lanciare questa riflessione privata su una rete pubblica. Non ancora. Mi fermai a osservare lo schermo una volta di più.

@ajkeen: *Aggiorno, dunque sono*

Se quelle parole erano vere, mi chiesi, cosa avrebbero comportato? Forse che il mondo intero, otto miliardi di esseri umani, dovrà emigrare, come pionieri nella terra sociale promessa, verso questo nuovo sistema centrale della società? Che ne sarebbe della nostra identità nell'eventualità

di dover vivere senza segreti, nella trasparenza totale, completamente in pubblico, in quell'architettura *sociale* che Reid Hoffman e Biz Stone stavano mettendo in piedi per il resto dell'umanità? Diedi un'altra occhiata al Bentham imbalsamato, l'utilitarista ideatore del principio della felicità estrema. La società interconnessa elettronicamente ci avrebbe forse reso più felici? Avrebbe portato al miglioramento della condizione umana? Arricchito la personalità di ciascuno di noi? Creato l'uomo a propria immagine?

Domande, domande e altre domande. Mi venne da pensare a chi non era connesso in rete, a quanti non volevano o non potevano vivere in pubblico. Quel pensiero mi diede una sensazione di vertigine, come se il mondo esterno avesse accelerato e mi girasse intorno sempre più velocemente. Se, come sosteneva il finto Sean Parker nel film *The Social Network*, il nostro futuro sarà vissuto online, pensai tra me e me, quale sarà il destino di questi dissidenti, di quelli che non aggiornano il proprio stato? In un mondo in cui ciascuno esiste su internet, cosa ne sarà di quanti tutelano la privacy, apprezzano la loro illeggibilità, o che, nelle parole senza tempo di Brandeis e Warren, vorranno semplicemente essere *lasciati in pace*?

Sopravvivranno, mi chiesi?

## A metà tra i vivi e i morti

Il tweet non era ancora partito; continuavo a fissare l'auto-icona per avere un'ispirazione. Mentre l'immagine si faceva man mano più nitida, le vertigini aumentavano e la stanza prese a girarmi intorno con maggior intensità. Mi resi conto che, in fondo, il cadavere di Bentham poteva insegnarmi qualcosa. Capii che la vera immagine del futuro mi era stata di fronte per tutto quel tempo.

Nonostante la sensazione di vertigine, quella visione, un'epifania dolorosa, mi colpì con fredda chiarezza. Mi bloccai all'istante, la bocca mezza spalancata, gli occhi fissi sul cadavere. Improvvisamente mi fu chiaro: ero davanti a uno specchio. Reid Hoffman aveva ragione: il futuro è sempre *più veloce e strano* di quanto si possa pensare. Compresi che l'auto-icona, questo «uomo fatto a sua stessa immagine», rappresenta quel tipo di futuro e il cadavere di Bentham in realtà sono io, sei tu e chiunque altro si sia

autoimprigionato nell'odierna casa di correzione digitale. Quanto stavo sperimentando in quel pomeriggio di fine novembre a Bloomsbury era il futuro *anti-sociale*, la solitudine dell'uomo isolato nella folla interconnessa. Ho visto tutti noi come tanti Jeremy Bentham digitali, isolati gli uni dagli altri non soltanto per via della crescente pervasività della comunicazione in rete, ma anche per la natura sempre più individualizzata e competitiva della vita nel XXI secolo. Sì, eccolo il futuro. La visibilità personale, dovetti ammettere, è il nuovo simbolo della classe sociale e del potere nell'era digitale. Come il cadavere rinchiuso nella sua tomba trasparente, ora siamo tutti parte di una mostra permanente, immagini di noi stessi in questo nuovo mondo trasparente.

Come l'immodesto riformatore sociale del XIX secolo rinchiuso nella sua eterna scatola di legno e vetro, noi utenti dei social network del XXI secolo – soprattutto quanti aspirano a essere dei super-nodi come il sottoscritto – stiamo sviluppando la dipendenza dall'attenzione e dalla reputazione. Ma, come testimonia la mia esperienza solitaria in quel corridoio dello University College, la verità, la realtà dei social media, è un'architettura di isolamento umano piuttosto che una community. Il futuro sarà tutt'altro che *social*. È questa la vera killer app dell'era in rete.

Stiamo diventando schizofrenici, pensai: al contempo, lontani dal mondo eppure fastidiosamente onnipresenti. Intellettuali come Umberto Eco e Jean Baudrillard hanno usato il termine iper-realtà per descrivere il modo in cui la tecnologia moderna offusca la distinzione tra realtà e irrealtà, dando un velo di autenticità a cose chiaramente finte come il castello di William Randolph Hearst a San Simeon, la costruzione gotica sulla costa californiana resa famosa dal film di Orson Wells del 1941 *Citizen Kane*. Eco definisce l'iper-realtà «la filosofia dell'immortalità come la duplicazione» dove «quello che è completamente reale viene identificato con ciò che è completamente finto»<sup>47</sup>.

«L'irrealtà assoluta viene offerta come presenza reale», così Eco spiega l'iper-realtà. Osservando l'auto-icona, mi venne però in mente un neologismo parimenti assurdo: ipervisibilità. L'uomo fatto a propria immagine nel mondo digitale in rete, riflettei, è contemporaneamente dappertutto e da nessuna parte, e più sembra completamente visibile più in realtà è del tutto invisibile.

*Ipervisibilità*. In questo mondo tutto trasparente dove siamo al contempo dappertutto e da nessuna parte, l'assoluta irrealtà significa presenza re-

ale, e anche quel che è completamente finto è del tutto reale. Era questa l'immagine più veramente falsa della vita in rete del XXI secolo.

Adesso ero pronto per mandare quel tweet. Ma prima di premere «in-via», aggiunsi una parola al breve messaggio ancora visualizzato sul BlackBerry. Una sola parola, pochi caratteri comunque nel limite dei 140 consentiti da Twitter, che però trasformò quel tweet da un'espressione di speranza nella filosofia cartesiana digitale in un agghiacciante appello esistenziale.

@ajkeen: Aggiorno, dunque non sono

Mentre il tweet stava per partire, lo smartphone fece il suo dovere visualizzando un inatteso messaggio da Tweetie. Era la richiesta di includere o meno la mia posizione a Bloomsbury, in modo che l'app potesse far sapere dove mi trovassi alle mie migliaia di follower su Twitter.

Tweetie vuole usare l'attuale località: rifiuta o consenti

Mi resi conto che il BlackBerry voleva tradirmi diffondendo al mondo quell'informazione. Lo spensi e lo infilai nella tasca dei pantaloni, tirando un sospiro di sollievo, e poi un altro ancora. C'era un gran silenzio. Mentre le vertigini sparivano, ripensai alla conversazione avuta a Oxford il giorno precedente con @quixotic, il co-proprietario del nostro futuro collettivo. Mi resi conto che aveva sia ragione che torto sul futuro. Sì, non c'era dubbio sul fatto che, nel bene o nel male, gli atomi industriali del XIX e del XX secolo ora venivano sostituiti dai byte in rete del XXI secolo. Ma anziché renderci più uniti tra i pilastri digitali della *polis* aristotelica, in realtà i social media odierni stanno frammentando la nostra identità in modo che esistiamo sempre al di fuori di noi stessi, incapaci di concentrarci sul *qui e ora*, troppo legati alla nostra stessa immagine, rivelando perennemente dove ci troviamo, sacrificando la privacy individuale alla tirannia utilitaristica della rete collettiva.

La storia stava ripetendosi. Nel 1890, quasi sessant'anni dopo la comparsa pubblica del corpo di Jeremy Bentham allo University College, Samuel Warren e Louis Brandeis sostenevano nel loro saggio sulla blasonata *Harvard Law Review* che «la solitudine e la privacy sono diventate importanti per un individuo». Il diritto a essere lasciati in pace, scrivevano Warren e Brandeis in «difesa della privacy,» era «un diritto generale

per l'immunità della persona... il diritto alla propria personalità». E oggi, agli albori dell'era sempre più trasparente dei social media, oltre un secolo dopo la pubblicazione di quell'articolo, questo bisogno di solitudine e di privacy – ingredienti primari nella misteriosa formazione della personalità individuale – se non altro si è fatto ancora più essenziale.

*Vertigo*, il film-suspense di Alfred Hitchcock sull'amore di un uomo per un cadavere, era basato sul romanzo giallo del 1954 *D'entre les morts* di Pierre Boileau e Thomas Narcejac<sup>48</sup>.

Ma non c'è nulla di romanzato nelle inquietanti auto-icone odierne della vita e le loro tragiche conseguenze: la fine della privacy e della solitudine nel mondo dei social network. Credo fosse proprio Hitchcock a dire, scherzando, che il cadavere che più temeva di vedere era il suo. Ma non c'è nulla da scherzare se il cadavere è quello dell'umanità, esiliato non solo da se stesso bensì da tutti gli altri, da quei miliardi di persone le cui immagini sfrecciano velocemente una intorno all'altra sulla rete trasparente, *ipervisibili*, tutte perennemente in mostra, imprigionate in un circuito infinito di grande esibizionismo, bramose di attenzione, impegnate nel crearsi una reputazione, autoproclamandosi benefattori della razza umana.

Per Jeremy Bentham e la sua filosofia dell'utilitarismo, la felicità è un'equazione matematica quantificabile semplicemente sottraendo il dolore dal piacere. Purtroppo quest'approccio utilitaristico, ridicolizzato in modo pesante da Charles Dickens nel 1854 con il personaggio di Thomas Gradgrind in *Tempi difficili*, è ben lungi dal cogliere ciò che ci rende umani. Al pari di Dickens, John Stuart Mill e altri critici dell'utilitarismo hanno sostenuto che la felicità non è un semplice algoritmo dei nostri appetiti e desideri. E un elemento centrale della felicità è il diritto non quantificabile di essere lasciati in pace dalla società, diritto che, in quanto esseri umani, ci consente di rimanere fedeli a noi stessi. «Non solo la privacy è essenziale per la vita e la libertà, lo è anche per la ricerca della felicità, nel senso più ampio e più profondo. Oltre che creature sociali, come esseri umani siamo anche creature private». Così scrive Nicholas Carr, uno dei critici odierni più eloquenti dell'utilitarismo digitale. «Quello che non condividiamo è altrettanto importante di quanto decidiamo di condividere»<sup>49</sup>.

Purtroppo la condivisione è divenuta la nuova religione della Silicon Valley e, come avremo modo di vedere nelle pagine successive, la privacy

– quella condizione essenziale per la vera felicità in quanto esseri umani – viene gettata via nel cestino della storia. Il consiglio agli imprenditori di @quixotic, per il quale la privacy è «sostanzialmente una questione che riguarda gli anziani»<sup>50</sup>, è di fallire subito. E la sua descrizione sul lancio di una start-up si riduce a: «Ti butti da un dirupo e assembli un aeroplano mentre stai cadendo nel vuoto»<sup>51</sup>. Il problema è che, insistendo sulla radicale socializzazione dell'attuale rivoluzione digitale, come specie ci ritroviamo a saltare dal dirupo collettivamente. E se non riusciamo a costruire una società in rete capace di tutelare il diritto alla privacy e all'autonomia individuali pur a fronte dell'odierno culto del sociale, allora non possiamo lanciare una nuova azienda, come suggerisce Hoffman, eterno ottimista. La società non è esattamente un'altra start-up: ecco perché non possiamo riporre troppa fiducia in imprenditori della Silicon Valley come Hoffman o Stone rispetto al nostro futuro. Se, dopo esserci buttati giù dal dirupo, non riusciamo ad assemblare il giusto aeroplano dei social media e finiamo per sfracellarci, avremo messo in pericolo il prezioso diritto alla privacy, alla segretezza e alla libertà individuali conquistati nel corso dell'ultimo millennio.

Da qui il timore, l'avviso del possibile fallimento e dell'autodistruzione collettiva illustrato in questo libro. Nel 2007, in *Dilettanti.com* mettevo in guardia sull'impatto della rivoluzione dei contenuti prodotti dagli utenti con il Web 2.0 rispetto alla cultura in generale. Mentre però passiamo dal Web 2.0 di Google, YouTube e Wikipedia al Web 3.0 di Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, e mentre internet diventa una piattaforma per quel che @quixotic descrive come «identità reali che generano massicce quantità di dati»<sup>52</sup>, le vicende che vi apprestate a leggere rivelano una mania ancora più preoccupante: la raccapricciante tirannia di un social network sempre più trasparente che minaccia la libertà individuale, la felicità e forse perfino la personalità stessa dell'essere umano contemporaneo.

Due le opzioni disponibili per questo culto: *rifiuta o accetta*.

Il libro che avete per le mani è una difesa del mistero e della segretezza dell'esistenza individuale. È una riaffermazione del diritto alla privacy, all'autonomia e alla solitudine in un mondo che nel 2020 ospiterà circa 50 miliardi di apparecchi intelligenti in rete<sup>53</sup>, come il mio BlackBerry Bold con tutte le sue app fin troppo *smart*. Mentre si prevede che verso la metà del XXI secolo quasi ogni essere umano del pianeta sarà connesso

elettronicamente, questo libro vuole essere una tesi contro la condivisione, l'apertura, la trasparenza personale, il grande esibizionismo e le altre pie ortodossie comunitarie della nostra epoca in rete. È altresì un'indagine sui motivi per cui la privacy e la solitudine ci rendono felici in quanto esseri umani.

Vero, è un *déjà vu*. È una sfida all'erroneo assunto di Reid Hoffman per cui siamo tutti animali sociali a priori. E per cominciare questo nostro viaggio in un futuro fin troppo familiare, dove l'imperscrutabile mistero della condizione umana individuale viene riformulato dall'uomo trasparente, torniamo a Jeremy Bentham, eterno prigioniero della sua auto-icona, la cui «semplice idea dell'architettura» del tardo XVIII secolo per riformare il mondo era, temo, un monito sinistramente preveggen- te del destino collettivo del XXI secolo.

## Note

<sup>1</sup> Alexia Tsotsis, 30 ottobre 2010.

<sup>2</sup> Per la storia completa del cadavere di Bentham, si veda l'introduzione di James E. Crimmin a *Jeremy Bentham's Auto-Icon and Related Writings* (Bristol, 2002) ([www.utilitarian.net/bentham/about/2002.htm](http://www.utilitarian.net/bentham/about/2002.htm)).

<sup>3</sup> C.F.A. Marmoy, «The Auto-Icon of Jeremy Bentham at University College», *History of Medicine at UCL Journal*, aprile 1958 ([www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1034365](http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1034365)).

<sup>4</sup> Aldous Huxley, *Prisons* (Trianon & Grey Falcon Presses, 1949). Si veda: [www.john-coulthart.com/feuilleton/2006/08/25/aldous-huxley-on-piranesis-prisons](http://www.john-coulthart.com/feuilleton/2006/08/25/aldous-huxley-on-piranesis-prisons).

<sup>5</sup> John Dinwiddy, *Bentham* (Oxford University Press, 1989).

<sup>6</sup> Prodotto dalla Research in Motion (RIM), principale azienda tecnologica canadese, con base a Waterlooville, Ontario. Il mio modello era un BlackBerry Bold.

<sup>7</sup> Era una Canon Digital Rebel XSi 12.2 MP Digital SLR Camera con lente EF-S 55-250mm f/4-5.6 IS.

<sup>8</sup> «Infographic: A Look at the Size and Shape of the Geosocial Universe in 2011», di Rip Empson, *Techcrunch*, 20 maggio 2011 (<http://techcrunch.com/2011/05/20/infographic-a-look-at-the-size-and-shape-of-the-geosocial-universe-in-2011>).

<sup>9</sup> Si veda: «An Internet of People» di Chris Dixon, *cdixon.org*, 19 dicembre 2011 (<http://cdixon.org/2011/12/19/an-internet-of-people>). Dixon cita l'investitore Roelof Botha che descrive l'internet delle persone come l'economia della «fiducia» e della «reputazione».

<sup>10</sup> «The Daily Dot Wants to be the Web's Hometown Paper», di Matthew Ingram, *Gigaom*, 1 aprile 2011 (<http://gigaom.com/2011/04/01/the-daily-dot-wants-to-be-the-webs-home-town-paper>).

<sup>11</sup> Per quarant'anni della sua vita adulta, Bentham visse a Westminster in una

casa di fronte al St. James Park che lui chiamava *Queen's Square Place*. Considerato il forte interesse di Bentham per le riforme penali, forse non è una semplice coincidenza il fatto che oggi l'abitazione, al numero 102 di Petty France, sia occupata dal ministro della Giustizia britannico.

<sup>12</sup> Questo principio viene enunciato da Bentham nel suo pamphlet del 1981 intitolato *Parliamentary Candidate's Proposed Declaration of Principles*, in cui sostiene che scopo del governo è massimizzare il piacere o la felicità al maggior livello possibile. Si veda: John Dinwiddy, *Bentham*, capitolo 2, «The Greatest Happiness Principle».

<sup>13</sup> Richard Florida, *The Rise of the Creative Class* (Basic Books, 2002), John Hagel, John Seely Brown, Lang Davison, *The Power of Pull* (Basic Books, 2010).

<sup>14</sup> «The Metropolis and Mental Life» di Georg Simmel, da *The Sociology of Georg Simmel*, a cura di Kurt H. Wolff (Free Press, 1950).

<sup>15</sup> Jonathan Raban, *Soft City* (Harvill Press, 1974). Raban è anche l'autore di *Surveillance* (Pantheon Books, 2007), ottimo romanzo sulla crescente diffusione della sorveglianza elettronica nell'era digitale.

<sup>16</sup> «Il ministero della Verità era sorprendentemente diverso da ogni altro oggetto in vista», scriveva Orwell in *1984*. «Era un'enorme struttura piramidale di luccicante cemento bianco che si stagliava verso l'alto, terrazza dopo terrazza, fino a trecento metri d'altezza. Dalla sua posizione, Winston poteva leggere bene i tre slogan del Partito, impressi sulla parete bianca in lettere eleganti: Guerra è pace, Libertà è schiavitù, Ignoranza è forza».

<sup>17</sup> Richard Cree, «Well Connected», *Director Magazine*, luglio 2009.

<sup>18</sup> Si veda: «Boom! Professional Social Network LinkedIn Passes 100 Million Members», di Leena Rao, *Techcrunch*, 22 marzo 2011 (<http://techcrunch.com/2011/03/22/boom-professional-social-network-linkedin-passes-100-million-members>).

<sup>19</sup> *Laptop Magazine*, febbraio 2011.

<sup>20</sup> «LinkedIn Founder: «Web 3.0 Will Be About Data», di Ben Parr, *Mashable*, 30 marzo 2011. Per il video con l'intervista di Liz Gannes a Hoffman in occasione della Web 2.0. Expo, si veda: [www.web2expo.com/webexsf2011/public/schedule/detail/17716](http://www.web2expo.com/webexsf2011/public/schedule/detail/17716).

<sup>21</sup> Gli altri sono il co-fondatore di Netscape, Marc Andreessen, il leggendario investitore Ron Conway e Peter Thiel, collega di Hoffman all'epoca di PayPal e primo investitore esterno di Facebook. Si veda: «The 25 Tech Angels, 11 Good Angels and 18 Geeks Everyone Wants to Fly With», *San Francisco Magazine*, dicembre 2010 ([www.sanfrancmag.com/story/25-tech-angels-11-good-angels-and-18-geeks-everyone-wants-fly-with](http://www.sanfrancmag.com/story/25-tech-angels-11-good-angels-and-18-geeks-everyone-wants-fly-with)).

<sup>22</sup> «The Midas List: Technology's Top 100 Investors», *Forbes*, 6 aprile 2011 ([www.forbes.com/lists/midas/2011/midas-list-complete-list.html](http://www.forbes.com/lists/midas/2011/midas-list-complete-list.html)).

<sup>23</sup> «Reid Hoffman», Soapbox, *The Wall Street Journal*, 23 giugno 2011 (<http://online.wsj.com/article/SB10001424052702303657404576363452101709880.html>).

<sup>24</sup> «The King of Connections Is Tech's Go-To-Guy», di Evelyn M. Rusli, *The New York Times*, 5 novembre 2011 ([www.nytimes.com/2011/11/06/business/reid-hoffman-of-linkedin-has-become-the-go-to-guy-of-tech.html?pagewanted=all](http://www.nytimes.com/2011/11/06/business/reid-hoffman-of-linkedin-has-become-the-go-to-guy-of-tech.html?pagewanted=all)).

<sup>25</sup> Per la mia intervista su *TechcrunchTV* con Reid Hoffman dell'agosto 2010, si veda: <http://techcrunch.com/2010/08/30/keen-on-reid-hoffman-leadership>.

<sup>26</sup> «Fail Fast Advises LinkedIn Founder and Tech Investor Reid Hoffman», *BBC*, 11 gennaio 2001 ([www.bbc.co.uk/news/business-12151752](http://www.bbc.co.uk/news/business-12151752)).

<sup>27</sup> «LinkedIn Surpasses MySpace to Become No. 2 Social Network», di Leena Rao, *Techcrunch*, 8 luglio 2011 (<http://techcrunch.com/2011/07/08/linkedin-surpasses-myspace-for-u-s-visitors-to-become-no-2-social-network-twitter-not-far-behind>).

<sup>28</sup> L'entrata di LinkedIn alla Borsa di New York (NYSE) risale al 18 maggio 2011. Inizialmente fissato a 40 dollari, il prezzo delle azioni triplicò per chiudere a fine giornata sui 94 dollari, con un valore totale dell'azienda pari a 9 miliardi e quello di Hoffman superiore ai 2 miliardi di dollari. Si veda: «LinkedIn's Top Backers Own \$6.7 Billion Stake», di Ari Levy, *Bloomberg News*, 18 maggio 2011 ([www.bloomberg.com/news/2011-05-19/linkedin-s-founder-biggest-backers-will-own-2-5-billion-stake-after-ipo.html](http://www.bloomberg.com/news/2011-05-19/linkedin-s-founder-biggest-backers-will-own-2-5-billion-stake-after-ipo.html)). Si veda inoltre: «Small Group Rode LinkedIn to a Big Payday», di Nelson D. Schwartz, *The New York Times*, 19 giugno 2011 ([www.nytimes.com/2011/06/20/business/20bonanza.html?hp](http://www.nytimes.com/2011/06/20/business/20bonanza.html?hp)) per un'analisi dell'entrata in borsa e su come «Reid Hoffman, presidente di LinkedIn, impiegò meno di 30 minuti per guadagnare altri 200 milioni di dollari».

<sup>29</sup> In conversazione con Liz Gannes di *All Things D*, 29 dicembre 2010 (<http://network-effect.allthingsd.com/20101229/video-greyllocks-reid-hoffman-and-david-sze-on-the-future-of-social>).

<sup>30</sup> Zynga, che include anche la versione digitale del popolare gioco sociale Farmville, è cresciuta così rapidamente che il suo valore si avvicina a quello di Electronic Games, secondo editore di giochi elettronici al mondo: 5,1 miliardi di dollari della prima contro 5,16 miliardi della quotazione alla Borsa del NASDAQ della seconda, in base a dati rilevati nell'ottobre 2010 da SharesPost. Si veda inoltre *Bloomberg Businessweek* del 26 ottobre 2010: [www.businessweek.com/news/2010-10-26/zynga-s-value-tops-electronic-arts-on-virtual-goods.html](http://www.businessweek.com/news/2010-10-26/zynga-s-value-tops-electronic-arts-on-virtual-goods.html).

<sup>31</sup> Samuel Warren e Louis Brandeis, «The Right to Privacy», *Harvard Law Review*, vol. IV, 15 dicembre 1890, n. 5. Il saggio è stato definito «leggendario» e «l'articolo più influente mai pubblicato sulla Law Review», ed è considerato da molti studiosi della privacy il pilastro su cui poggia la relativa legislazione statunitense. Si veda inoltre: Daniel J. Solove, *Understanding Privacy* (Harvard University Press, 2008).

<sup>32</sup> «La prigione di una volta diventa una fuga avventurosa», è lo slogan usato dal Malmaison per attirare i viaggiatori moderni stufi degli alberghi di lusso. Il Malmaison ha anche un account Twitter <http://twitter.com/#!/TheOxfordMal>.

<sup>33</sup> L'apertura de *La Politica* per cui «l'uomo è per natura un animale sociale: un individuo che è asociale in senso naturale e non accidentale, o passa inosservato oppure si trova al di sopra della condizione umana. La società è qualcosa che viene prima del singolo...» è la tesi generalmente condivisa che da duemila anni assegna maggiore importanza all'ambito sociale nei confronti dell'individuo. La posizione di Aristotele secondo cui «chiunque non possa condurre una vita comune oppure è talmente autosufficiente da non averne bisogno, e quindi non fa parte della società, non può essere che una bestia o un dio», trova il divertente contraltare nella massima di Friedrich Nietzsche, che in *Il crepuscolo degli dei* scriveva: «per poter vivere da soli, bisogna essere un animale o un dio, sostiene Aristotele. Manca la terza opzione: essere entrambi, cioè un filosofo...»

<sup>34</sup> Sacca gestisce un fondo d'investimento nei social media da un miliardo di dollari, Lowercase Capital (tra i cui i maggiori investitori c'è JP Morgan). A fine febbraio 2011 era l'ente istituzionale che possedeva la quota più ampia di Twitter, circa il 9 per cento. Si veda: «New Fund Provides Stake in Twitter for JP Morgan», di Eve-

lyn Rusli, *The New York Times Deal Book*, 28 febbraio 2011 (<http://dealbook.nytimes.com/2011/02/28/new-fund-gives-jpmorgan-a-stake-in-twitter>).

<sup>35</sup> Per un resoconto della mia conversazione con Stone a Oxford, oltre a una fotografia di Stone e Hoffman in smoking di gala nella biblioteca della Oxford Union, si veda: <http://andrewkeen.independentminds.livejournal.com/3676.html>.

<sup>36</sup> Dibattito alla Oxford Union, domenica 23 novembre 2008.

<sup>37</sup> Il valore di mercato di Twitter è cresciuto a una velocità incredibile. Nell'ottobre 2010, l'azienda privata, che finora non ha guadagnato nulla, vantava una valutazione secondaria sul mercato pari a 1,575 miliardi di dollari. A dicembre 2010, l'agenzia d'investimenti della Silicon Valley Kleiner Perkins investì 200 milioni in Twitter sulla base di una valutazione di mercato pari a 3,7 miliardi di dollari. Poi nel febbraio 2011 *The Wall Street Journal* pubblicò voci secondo cui Google e Facebook erano interessati all'acquisto di Twitter per una cifra compresa tra gli 8 e i 10 miliardi. A marzo la valutazione secondaria sul mercato di Twitter aveva raggiunto quota 7,7 miliardi. In aprile, *Fortune* segnalava che Twitter aveva rifiutato un'offerta di acquisizione da parte di Google per 10 miliardi di dollari. Ma a luglio Twitter riuscì a raccogliere altri 400 milioni sulla base di una valutazione di mercato pari a 8 miliardi di dollari. Cifra confermata ad agosto dal *Financial Times*, insieme al suo investimento in una cordata guidata dall'agenzia russa DST.

<sup>38</sup> «New Twitter Stats: 140M Tweets Sent Per Day, 460K Accounts Created Per Day», di Leena Rao, *Techcrunch*, 14 marzo 2011 (<http://techcrunch.com/2011/03/14/new-twitter-stats-140m-tweets-sent-per-day-460k-accounts-created-per-day>).

<sup>39</sup> Prima di Twitter, Stone è stato dirigente presso diverse aziende high-tech, compreso Google. Ha curato due volumi, *Blogging: Genius Strategies for Instant Web Content* (2002) e *Who Let The Blogs Out: A Hyperconnected Peek at the World of Weblogs* (2004).

<sup>40</sup> Nel giugno 2011, Stone abbandonò la sua posizione a tempo pieno presso Twitter come «massimo sostenitore, storiografo, e futurologo» per diventare consigliere strategico di Spark Capital. Si veda: «Twitter Co-Founder Joins Venture Capital Firm», di Claire Cain Miller, *The New York Times*, 7 luglio 2011 (<http://bits.blogs.nytimes.com/2011/07/07/twitter-co-founder-joins-venture-capital-firm>).

<sup>41</sup> «Twitter Founder to Join Huffington Post», di Dominic Rushe, *The London Guardian*, 15 marzo 2011 ([www.guardian.co.uk/media/2011/mar/15/twitter-founder-joins-huffington-post](http://www.guardian.co.uk/media/2011/mar/15/twitter-founder-joins-huffington-post)).

<sup>42</sup> «The Auto-Icon of Jeremy Bentham at University College, London», di C.F.A. Marmoy, *The History of Medicine at UCL Journal*, aprile 1958.

<sup>43</sup> Bentham fu nominato tutore legale di John Stuart Mill quando questi si ammalò gravemente all'età di sei anni. Si veda: Richard Reeves, *John Stuart Mill: Victorian Firebrand* (The Atlantic, 2007).

<sup>44</sup> «Bentham» di John Stuart Mill, in John Stuart Mill and Jeremy Bentham: *Utilitarianism and Other Essays* (Penguin Books, 1987).

<sup>45</sup> Fu Mill a rendere popolare il termine «utilitarismo» nell'inverno del 1822-23 con la fondazione della Utilitarian Society (si veda: J.S. Mill, *Autobiography*). Mill non era tuttavia a conoscenza del fatto che quella parola era stata usata per la prima volta proprio da Bentham nel XVIII secolo, durante i suoi scambi epistolari con il teorico politico francese Pierre Etienne Louis Dumont (si veda: Richard Reeves, *John Stuart Mill*).

<sup>46</sup> «Bentham», di J.S. Mill (*cit.*).

<sup>47</sup> Umberto Eco, *Travels in Hyperreality* (Harcourt, Brace, Jovanovich, 1983).

<sup>48</sup> Pierre Boileau e Thomas Narcejac, *D'entre les morts*, pubblicato in inglese come *The Living and the Dead* (Washburn, 1956) e poi anche come *Vertigo*.

<sup>49</sup> «Tracking is an Assault on Liberty», di Nicholas Carr, *The Wall Street Journal*, 7 agosto 2010.

<sup>50</sup> «Soapbox: Reid Hoffman», *The Wall Street Journal*, 23 giugno 2011 (<http://online.wsj.com/article/SB10001424052702303657404576363452101709880.html>).

<sup>51</sup> «“Fail fast” advises LinkedIn founder and tech investor Reid Hoffman», *BBC*, 11 gennaio 2011 ([www.bbc.co.uk/news/business-12151752](http://www.bbc.co.uk/news/business-12151752)).

<sup>52</sup> Al *South by Southwest* del marzo 2011, Hoffman spiegò la sua definizione di Web 3.0. Se Web 1.0 aveva significato «ricerche e raccolte dati», il Web 2.0 «identità e relazioni reali», allora il Web 3.0 riguarda «identità reali che generano massicce quantità di dati». Si veda: «LinkedIn's Reid Hoffman explains the brave new world of data», di Anthony Ha, 15 marzo 2011, *VentureBeat* (<http://venturebeat.com/2011/03/15/reid-hoffman-data-sxsw>).

<sup>53</sup> Stime fornite da Cisco ([www.electrictv.com/?p=4323](http://www.electrictv.com/?p=4323)). Si veda inoltre l'intervento del Presidente di Ericsson, Hans Vestberg, al Monaco Media Forum del novembre 2010 ([www.youtube.com/watch?v=vTT-Wve1Wwo](http://www.youtube.com/watch?v=vTT-Wve1Wwo)). Anche a breve termine è però inevitabile che la quantità di persone e apparecchi connessi tra loro cresca a livello esponenziale. Al Mobile World Congress del marzo 2011 a Barcellona, per esempio, il CEO di Nokia, Stephen Elop, ha promesso di portare online altri tre miliardi di persone nel mondo tramite il cellulare. Si veda: «Nokia Wants to Bring 3 Billion More Online», di Jenna Wortham, *The New York Times*, 18 febbraio 2011 (<http://bits.blogs.nytimes.com/2011/02/16/nokia-wants-to-bring-3-billion-more-online>).