

HOLLYWEB: il "club dei dodici"

(Pubblicato su Rivista GRAFFITI -on-line.com, nell'agosto 2015)

Internet è uno spazio di libertà ? In realtà esso ha visto nascere nel giro di 20 anni un oligopolio formato da grandi gruppi di comunicazione, alleati alle giovani imprese del Web. Il numerico costituisce un'industria pesante che, al momento, è interamente americana.

I critici di Internet la chiamano la "banda dei cinque" (**Microsoft, Cisco, Google, Yahoo, Apple**, ai quali si aggiunge **Facebook (1)**) per denunciare la crescita di potenza di queste corporazioni, recentemente organizzate in monopolio ed il rischio che esse possano "chiudere" l'Internet, rendendo paganti dei servizi fino a questo momento considerati da tutti come aperti e gratuiti. Ma sotto le apparenze si gioca una partita ben diversa: la nascita di "**Hollyweb**" (l'Hollywood del Web), ovvero l'alleanza fra le sei predette con le corporazioni dei media di massa (**General Electric, Disney, News Corp, Time Warner, Viacom e CBS (2)**).

Hollyweb, che nel 2011 ha presentato un cifra complessiva d'affari di 545 miliardi di dollari (**3**), rappresenta una alleanza oggettiva, nella quale ogni corporazione controlla un determinato settore di attività, assicurandosi, nel contempo, la neutralità cooperativa delle altre. In superficie, lo schermo audiovisivo gioca il suo ruolo di distributore di serie, film, sport, ecc.; in profondità, lo schermo reticolare (reti sociali, giochi video in linea) si alimenta del primo sistema per proporre dei servizi personalizzati e provocare delle conversazioni portatrici di legami sociali, che vengono, a loro volta, ad incrementare lo schermo superficiale. In tal modo la CBS costituisce la più grande fornitrice di video di Google.

Storicamente, le società attuali sono le eredi del progetto militare **Arpanet**, erede della guerra fredda. Per fare in modo che i centri di comando vitali del paese potessero funzionare in caso di attacco nemico, l'idea geniale è stata quella

di smaterializzare i documenti e di separare i dati in "pacchetti", in grado di circolare in maniera decentralizzata, per poterli poi riorganizzare per mezzo di metadati. In pratica, Arpanet costituisce l'antenato di Internet. Gli Stati Uniti hanno creato lo standard di questa nuova circolazione dell'informazione e del suo controllo, fornendosi dei mezzi per il dominio dei mercati.

Il mito libertario di un Internet, derivante dalla volontà individuali di liberi attori (**Steve Jobs** (1955-2011), **Bill Gates** (1955-), ecc.) e della cooperazione generosa e spontanea di un crescente numero di individui, nasconde il fatto che il governo americano, attraverso il Ministero del Commercio (e non più della Difesa), ha investito delle vere fortune per creare l'infrastruttura necessaria alla creazione del **World Wide Web (www)** (4) e mantiene il controllo dei server radice del sistema.

Il testimone è stato raccolto nella California della fine del 20° secolo da una popolazione molto educata e diversa, da un ambiente universitario ricco e denso e da una enorme capacità di finanziamenti, sostenuta, a sua volta, da un diritto californiano molto protettivo. Questi ingredienti hanno favorito lo sviluppo di imprese che hanno scelto l'assunzione di rischio e l'interessamento piuttosto che l'impiego salariale regolamentato. Il sostegno dello stato si è manifestato con l'eliminazione delle restrizioni antitrust, che hanno consentito, a partire dal 1996, delle spettacolari megafusioni. Si passa, in tal modo, dalla navigazione per piacere allo sfruttamento "minerario" dei dati disponibili in rete.

Nello stesso momento, sotto l'influenza dei pensatori della **Scuola di Santa Fè**, fondata dal professore **John Henry Holland** (nato 1923) nel 1987, nasce una visione dell'economia, sostenuta dalle neuro scienze, che sottolinea l'importanza della socializzazione nei meccanismi di decisione e le scelte non razionali suscitate dai bisogni di appartenenza. In tal modo sono emersi dei beni nuovi, i beni "sperimentali" (acquistati solamente dopo test ed uso, come i software o le applicazioni) o i beni "relazionali" (i *wikies* (5), i blogs e gli webs).

L'informazione commerciale non fa cose molto diverse, vendendo la rete sociale (**Yahoo !, Facebook**), lo stile di vita (**Apple**) e dei contenuti a forte valore aggiunto edonistico, come i giochi in linea (CBS, New Corp, Viacom). **Google**, consentendo una localizzazione rapida ed individualizzata attraverso la

pubblicità, assicura la perennità del modello commerciale americano. Nulla a che vedere con il servizio pubblico ! Hollyweb associa spettacolo (televisione, radio, cinema, internet) e servizi (navigazione, sicurezza, telepresenza).

I settori sempre più integrati sono spartiti con i **produttori di hardware** (Cisco, Viacom, GE), gli **operatori** (Google, Microsoft, Yahoo !), i **diffusori** (Apple, Disney, Time Warner) e gli **aggregatori di reti sociali** (social network) (Facebook, Youtube). Il giro consente un sistema di influenze, che condiziona la produzione, la mediazione e gli usi, con delle nuove abitudini prese in considerazione attraverso l'utilizzatore, identificato ed organizzato in profili, il più possibilmente precisi.

L'avvicinamento delle imprese dei media tradizionali e le giovani compagnie del web risponde ad una doppia logica: le prime riconoscono l'importanza dei nuovi media, le seconde hanno bisogno di ascolti e di contenuti.

Alcuni qualificano questa nuova forma di capitalismo contemporaneo, come "cognitivo". Occorrerebbe piuttosto definirlo "matriciale": i modi di gestione dell'impresa si convertono alla matrice del management, che concepisce le risorse umane delle reti multi funzione, dove tutti devono avere la sensazione di potersi dedicare. Lo scopo è quello di controllare in maniera "soft" e nella sua totalità, il lavoro collettivo ed i conflitti sociali. I problemi di "dimagrimento" e di licenziamento vengono ripercossi in una periferia troppo lontana (**outsourcing**) per suscitare dei movimenti di solidarietà.

Resta il fatto che il centro di decisione e di ricerca, sia quello del controllo del capitale o dello sviluppo, si concentrano negli USA, soprattutto in California. La globalizzazione costituisce parzialmente una americanizzazione mascherata, che, peraltro, riflette una accelerazione degli scambi commerciali, già iniziata nel secolo scorso. Gli Americani non vi perdono la loro identità ed allo stesso tempo impongono la loro. La mercantilizazione del mondo non deriva solamente dallo spazio geografico, ma anche dall'universo politico ed ideologico. E questo tende a presentare una visione sublimata delle relazioni sociali ed economiche, modulate dalle tecnologia e dai sistemi elettronici commerciali, che rimangono, comunque, un'industria pesante: minerali rari, reti filari ed ottiche, satelliti, ricerca e sviluppo, stoccaggio di dati, ecc. ...

La rivoluzione dell'informazione non ha trasformato le relazioni fra lo spazio pubblico e lo spazio privato. Le gerarchie e gli oligopoli non sono caduti. Essi si sono, semmai, rinforzati attraverso una piccola cura di giovinezza elettronica.

NOTE

(1) Secondo i dati 2011 tratti da NASDAQ e da Wikipedia (Ownership in the United States) si possono sintetizzare i seguenti dati: **Apple**, creata nel 1976, fatturato 108,2 miliardi di dollari, si interessa di software, hardware, materiale integrato, beni di consumo elettronici, distribuzione, tablet; **Microsoft**, creata nel 1975, fatturato circa 70 miliardi di dollari, si interessa di sistemi operativi, servizi in linea, giochi; **Cisco**, creata nel 1984, fatturato 40 miliardi di dollari, si interessa di hardware, materiali di rete, trattamento di dati ed interfacce, sicurezza informatica, voce IP e televisione IP; **Google**, fondata nel 1998, fatturato circa 38 miliardi di dollari, motori di ricerca, servizi, pubblicità in linea telefonia mobile; **Yahoo !**, creata nel 1995, fatturato 5 miliardi di dollari, portali internet, social network, pubblicità in linea; Facebook, creata nel 2004, fatturato 4,27 miliardi di dollari, si interessa di social network;

(2) Secondo i dati 2011 tratti da NASDAQ e da Wikipedia (Ownership in the United States) si possono sintetizzare i seguenti dati: **GE-General Electric**, creata nel 1963, fatturato: 147 miliardi di dollari, si interessa di produzione di contenuti, televisione, radio, cinema, internet ed elettronica, software, hardware, petrolio, beni di consumo, ecc.; **Disney**, creata nel 1923, fatturato circa 50 miliardi di dollari, produzione di contenuti, televisione, radio, edizione, cinema, internet; **News Corp**, creata nel 1979, fatturato 33,4 miliardi di dollari, produzione di contenuti, televisione, radio, edizione, cinema internet; **Time Warner**, creata nel 1989, fatturato circa 30 miliardi di dollari, produzione di contenuti, televisione, radio, edizione, cinema internet; **Viacom**, creata nel 1971, fatturato circa 15 miliardi di dollari, produzione di contenuti, televisione, radio, edizione, cinema internet; **CBS**, creata nel 1971, fatturato, 14,2 miliardi di dollari, produzione di contenuti, televisione, radio, edizione, cinema internet;

(3) Il dollaro diventa l'unità monetaria degli USA nel 1775. Il sistema di Bretton Woods (1944) ne fa una moneta internazionale. Nel 1971, il dollaro cessa di

essere legato all'oro (ormai i tassi delle divise sono fluttuanti), senza che, peraltro il suo ruolo nell'economia mondiale ne sia stato diminuito;

(4) L'antenato di internet, il progetto Arpanet, nasce dalla guerra fredda. Nel 1967, l'esercito USA mette a punto questo sistema per proteggere i dati sensibili, smaterializzandoli. Sono infatti gli investimenti del governo americano che hanno finanziato l'infrastruttura del WWW, creata nel 1990;

(5) Un Wiki é uno strumento collaborativo di scambio e di condivisione redazionale.