

# INFORMATICA E RIVOLUZIONE DIGITALE: GAFAM, un rilevante fattore del SOFT POWER USA

Publicato sul n. 300, settembre 2022, della Rivista Informatica "Storia in Network" ([www.storaiain.net](http://www.storaiain.net)) con il titolo "Informatica e Rivoluzione Digitale : il Soft Power USA" e lo pseudonimo di Max Trimurti.

*Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft: più ricche di molti Stati e potenti strumenti per effetto dei loro miliardi di utilizzatori, queste aziende sembrano costituire, con ogni evidenza, uno degli elementi di potenza del braccio armato del Soft Power e dell'espansionismo americano.*

L a potenza e  
la  
ricchezza

di alcune imprese americane, che operano nelle nuove tecnologie sfidano gli Stati di tutto il mondo. L'acronimo **GAFAM**, che designa le più grandi fra di loro: **Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft**. L'elenco di questo tipo di aziende potrebbe essere allungato per inserirvi altre compagnie simbolo dell'economia digitale, come **Netflix, Tesla, Airbnb** (azienda di servizi on demand), **ed Uber** (azienda trasporti on demand) o ancora **Zoom video communications**, software di riunioni in linea che ha conosciuto una crescita quasi esponenziale, a seguito della pandemia da Covid 19.

La pratica di questi acronimi a geometria variabile punta il dominio di un piccolo numero di imprese sul mondo digitale, dall'informatica personale apparsa nel corso degli anni 1980 (i primi personal computer o PC vengono messi sul mercato

nel 1977) fino alle reti sociali, passando per le vendite in linea, la musica, il cinema ed altri settori in crescita esponenziale, come l'intelligenza artificiale (in questo campo, l'impresa americana **Nvidia** risulta al 20° posto della graduatoria delle imprese più valorizzate al mondo in Borsa) o la gestione dei dati (**Oracle**, 49°).

Le cifre di questo dominio risultano schiacciati (1).

**Google**, creata nel 1998 da **Larry Page** (1973- ) e **Sergey Brin** (1973- ), gestisce, già dall'anno seguente, 500 mila richieste al giorno, una cifra salita oggi a 6,9 miliardi (80 mila al secondo !). L'impresa che ottiene il 96% dei ricavi dalla pubblicità, gestisce Motore di ricerca, Advertising ed Intelligenza artificiale. Oggi possiede circa il 90% del mercato mondiale delle richieste, delle statistiche, certamente parziali a causa della non perfetta conoscenza delle cifre reali di determinati spazi geografici, come la Cina. Possiede **ReCaptcha** (software di verifica), **Waze** (applicazione di navigazione stradale per dispositivi mobili), **DoubleClick** (società di servizi internet), **YouTube** (condivisione e visualizzazione in rete di contenuti audiovisivi) e **Android** (sistema operativo per dispositivi smartphone e tablet).

**Apple**, nata nel 1976 per opera di **Steve Jobs** (1955-2011), è stata, da parte sua, uno degli attori principali dello sviluppo dell'informatica personale negli anni 1980, prima di investire nel settore della musica in linea, campo in cui si è imposta a partire del 2003 con il lancio dell'*iTunes Music Store*, quindi il mercato degli Smartphone, con il lancio degli *iPhone* nel 2007. Nel 2018, la sua capitalizzazione in Borsa, la prima al mondo, aveva raggiunto i mille miliardi di dollari, ovvero l'equivalente del PIL dell'Indonesia, un fatto senza precedenti nell'industria privata ... fino a superare i 2 mila miliardi nell'agosto del 2020, ovvero l'equivalente del PIL della Francia. L'81% dei suoi ricavi derivano dalla fabbricazione di Hardware. Possiede **Beats Electronics o Audio** (cuffie e casse audio).

**Facebook**, rete sociale creata nel 2004 da **Mark Zuckerberg** (1984- ) ed altri, posseduta e gestita dalla *Società Meta Platforms* (denominazione assunta dal 2021), ha raggiunto la cifra di 1,8 miliardi di utilizzatori quotidiani attivi nel 2020 di cui più di 20 milioni in Italia e circa 2,7 miliardi di utilizzatori attivi

mensili. Gestisce Social Network, pubblicità ed intelligenza artificiale. Possiede il social **Instagram** (2010: servizio di rete sociale con video contenuti), **WhatsApp** (messaggistica istantanea) e **Oculus Rift** (realtà virtuale). Il 98% del suo fatturato deriva dalla pubblicità. Oggi Facebook è la più importante fra le reti sociali, che, seguendo il suo esempio pioniere, si sono moltiplicate, come **Twitter** (2006: servizio di notizie e microblogging), **Tumblr** (2007: social network, microblogging) o ancora.

**Amazon**, creata nel 1994, è il 4° gigante dell'Internet. Essa è diventata, nel giro di pochi anni, un supermercato mondiale che gestiva circa il 45% del commercio in linea negli Stati Uniti nel 2019 ed il 20% del commercio mondiale in linea (E-commerce) nel 2021. La sua crescita si è accelerata con la pandemia da Covid 19, poiché, nel secondo trimestre del 2020, Amazon ha progredito in tutti i paesi d'Europa raggiungendo fette di mercato, a seconda dei prodotti, che vanno dal 14% (prodotti alimentari) al 65% (elettronica e elettrodomestici) rispetto al numero totale degli acquirenti in linea. In certi paesi, questa proporzione è ancora più elevata: negli USA Amazon sembrerebbe gestire il 75% del mercato dei libri elettronici nel 2018, trasformando il suo possessore e fondatore **Jeff Bezos** (1964- ), nell'uomo più ricco del mondo. Del suo fatturato deriva dall'E-commerce Gestisce E-commerce e Cloud computing e l'82% del suo fatturato deriva dal commercio in linea. Possiede **Whole Foods Market** (catena di supermercati USA, Canada e Regno Unito).

**Microsoft**, creata da **Bill Gates** (1955- ) e **Paul Gardner Allen** (1953-2018) nel 1975, è oggi il leader mondiale del settore dei computer e dei sistemi di gestione (sistemi operativi e Cloud computing), con una parte del mercato, stimata al 90%, ma risulta ugualmente presente in settori quali i motori di ricerca, le reti sociali o i giochi video. Il 62% del suo fatturato deriva dalla realizzazione di Software. Possiede **Hotmail** (Outlook.com, gestione posta elettronica), **Nokia Devices & Services** (smartphone), **Skype** (soft, per messaggistica e VoIP), **LinkedIn** (social di contatti professionali), **GitHub** (software), **Activision Blizzard** (videogiochi).

Il GAFAM nella realtà non sarebbe altro che l'albero che nasconde la foresta: dietro di esso, esiste un insieme di imprese americane, per la maggior parte

insediate nella Silicon Valley, in California. Non solo le aziende del GAFAM dominano i loro rispettivi settori, ma esse estendono regolarmente il loro raggio d'azione, continuando, in tal modo, a dettare le regole del gioco, proprio come Amazon, che, nel maggio del 2021 ha acquistato la **MGM (Metro Goldwin Mayer)** Hollywoodiana ed il suo catalogo di oltre 4 mila film, messi a disposizione dei clienti del servizio *Amazon Prime*; Amazon ha anche acquisito quest'anno i diritti di diffusione degli incontri sportivi (es. torneo di tennis di Parigi, Premier League in Inghilterra, ecc).

### **Seri concorrenti in Asia**

Questo fenomeno di dominio non è una novità: esso è paragonabile a quello che ha avuto luogo alla fine del XIX ed inizio del XX secolo, quando le aziende americane hanno acquisito una posizione emergente nel settore del petrolio e dei lubrificanti (**Standard Oil**), i prodotti di consumo (**Ford**, con l'automobile, **Gillette**, con i rasoi ... ) o la cultura (Hollywood, con il cinema, **Columbia**, con il fonografo). Per un certo verso il GAFAM non fa altro che proseguire un processo di americanizzazione del mondo, nel quale la proiezione internazionale delle aziende americane ha giocato un ruolo fondamentale nell'esportazione dei prodotti e delle loro pratiche afferenti in numerosi paesi del mondo. Una tale affermazione sembra avere, a prima vista, la forza dell'evidenza oltre ad una certa parte di verità. Ma la situazione effettiva non è poi così semplice da definire.

In effetti, se il GAFAM ha dominato la rivoluzione numerica ai suoi inizi, il paesaggio industriale ha subito cambiamenti a partire dagli anni 2010 e se gli USA risultano ancora in posizione dominante, sarebbe oggi esagerato affermare che posseggono una posizione egemonica. Di fatto, se di egemonia di tratta, essa si limita, se si può dire, ai continenti americano ed europeo. In Africa ed in Asia, la situazione appare molto meno chiara, non solo perché le statistiche sono meno affidabili, se non inesistenti, ma anche perché in tale aree esistono dei concorrenti di rilievo.

Si trova una illustrazione di questa configurazione con il motore di ricerca Google. La sua parte di mercato di richieste è trascurabile in Cina, dove non

supera il 2% nel 2021. Il mercato cinese, il più dinamico del mondo, risulta dominato da altri motori, specialmente **Baidu**, che vi tratta il 70% delle richieste. Occorre ugualmente notare che in Russia Google non gode di una posizione egemonica, poiché il motore di ricerca russo **Yandex N.V.** occupava il 54% del mercato delle richieste nel 2018.

La situazione è la stessa sul mercato della musica in linea o i servizi di streaming americani, non sono più i soli. Le piattaforme di Apple, YouTube o Amazon devono effettivamente fronteggiare una agguerrita concorrenza, da parte della svedese **Spotify**, che domina il mercato mondiale del servizio musicale nel 2020 (155 milioni di abbonati paganti contro i 60 milioni per Apple music), ma anche da parte di altri, ben consolidati nei loro rispettivi paesi d'origine, come i Cinesi di **QQ Music**, **Kugou** e **Kuwo**, o ancora gli Indiani di **Gaana** e **JioSaavn**. Occorre aggiungere altri mercati dove le imprese americane stanno affrontando una forte concorrenza, come nel Medio Oriente (con la piattaforma **Anghami**), in Africa (con **Boomplay Music**), o ancora in Corea del Sud (**MelOn**) ed in Francia (**Deezer**, streaming multimediale).

Sul mercato degli Smartphone, Apple ha perduto il primo posto nel 2016, a vantaggio del colosso sud coreano **Samsung**, che realizza il 22% delle vendite mondiali nel primo trimestre del 2021, contro il 15% di Apple ed il 14% della cinese **Xiaomi**. Infine, se Amazon risulta al primo posto sul mercato mondiale del commercio in linea, **Alibaba** domina un mercato cinese in piena espansione ed altri attori regionali superano Amazon in determinate aree geografiche, come **Jumia** in Africa, ma anche l'argentina **MercadoLibre** in America latina, o ancora l'impresa di Singapore **Shopee**, che regna sull'Asia del Sud Est.

Se si ragiona a scala mondiale, appare evidente che, al di fuori dell'Europa, i giganti dei GAFAM hanno concorrenti agguerriti, in primo luogo i cinesi di Baidu, Alibaba, **Tencent** (Facebook cinese) e Xiaomi, che hanno anche loro un acronimo: **BATX** (*Baidu, Alibaba, Tencent, and Xiaomi*). La predetta egemonia delle imprese americane sul mercato del numerico sembra piuttosto rivelare l'incapacità europea di mettere in piedi aziende dello stesso calibro per poter concorrere nei predetti mercati.

## **Il ritorno della Stato**

La potenza del GAFAM non deve peraltro essere sottovalutata. Essa é considerevole e pone due grandi problemi agli Stati.

In primo luogo nel campo economico, dove la loro posizione dominante ha finito per preoccupare i governi, negli Stati Uniti ma anche in Europa: dalla fine degli anni 2010 sono stati avviati procedimenti per esaminare il modo con il quale le imprese del GAFAM hanno acquisito le start up suscettibili di diventare loro concorrenti, pur beneficiando delle loro innovazioni. Negli USA, la commissione antitrust della Camera dei Rappresentanti ha emanato nell'ottobre del 2020 un rapporto nel quale si suggerisce lo smantellamento del GAFAM. Parallelamente, dalla fine del 2020, tali tipo di procedimenti si sono moltiplicati contro Apple, Google, Amazon e Facebook, da parte di alcuni Stati federali americani o anche dal Regno Unito e tutte le volte per abuso di posizione dominante. Peraltro il Procuratore del Distretto di Columbia ha lanciato nel maggio 2021 il primo procedimento giudiziario dello Stato Federale contro Amazon per la stessa ragione. L'Unione Europea e l'Australia si sono parimenti lanciati in una battaglia legislativa per costringere i giganti della Big Tech a remunerare i giornali o gli editori di cui utilizzano i contenuti.

Questi procedimenti giuridici evidenziano e documentano la reazione degli Stati di fronte alla potenza delle imprese. Si sta verificando uno scontento crescente nei confronti delle strategie di ottimizzazione fiscale dei GAFAM, che ha loro consentito dagli inizi degli anni 2000 di incassare profitti colossali.

Da questo punto di vista, la pandemia Covid 19 ha forse marcato una accelerazione della presa di coscienza, i profitti realizzati da alcune imprese appaiono non corretti a fronte delle spese gigantesche degli Stati per impedire il crollo dell'economia mondiale. Se il GAFAM hanno conosciuto durante i primi venti anni del terzo millennio una situazione molto favorevole, la tendenza è probabilmente arrivata al punto di inversione, come viene attestato dal principio adottato nel giugno 2021, da parte del G7, di una tassazione internazionale del 15%.

## **Metodi aggressivi**

Il secondo problema di rilievo posto dalla loro potenza è di ordine etico, ma anche politico, a causa della quantità considerevole di dati personali posseduti da queste imprese per miliardi di individui. Anche in questo caso interpretare il GAFAM come il possibile braccio armato dell'imperialismo economico americano costituisce una visione semplicista del problema. Questo è quello che evidenzia l'affare Cambridge Analytica che è scoppiato nel 2018, dal nome di questa società, fondata dai rappresentanti della destra conservatrice americana, che ha sfruttato i dati personali di diverse decine di milioni di utilizzatori di Facebook al fine di diffondere sulle reti sociali messaggi favorevoli alla Brexit ed all'elezione di **Donald Trump** (1946- ). A tutto questo si aggiunga possibile l'interferenza della Russia nell'elezione presidenziale del 2016 utilizzando ugualmente le reti sociali, evidenzia l'ampiezza del problema rappresentato dal possesso di dati personali da parte di società private e la loro utilizzazione per fini politici.

Le ripercussioni sono anche di ordine geopolitico. In effetti, nel marzo 2018, l'amministrazione Trump ha votato il *Cloud Act*, che ha attribuito al governo degli USA il diritto all'accesso ai dati personali conservati dal GAFAM riguardanti le imprese e gli individui in qualsiasi parte del mondo. Questa legge extraterritoriale apre la strada allo sfruttamento di questi dati da parte del governo federale ai fini della sicurezza nazionale. La Russia, a riguardo, non è rimasta a guardare ed ha reagito facendo rimpatriare la totalità dei suoi dati e servizi nei server impiantati sul suo territorio.

Il GAFAM non ha nulla di un vero e proprio **Soft Power** (2) come si è soliti attribuirgli. Se il suo successo dipende dalle innovazioni tecniche che esso ha saputo trasformare in prodotti attrattivi, i suoi metodi commerciali aggressivi ed il sostegno sistematico ricevuto dal governo americano nella sua internazionalizzazione fino a poco tempo fa (si è lungamente opposto a qualsiasi tassa GAFAM specie da parte dei paesi europei), evidenziano che essi dipendono chiaramente molto di più che dalla loro posizione intrinseca, dall'**Hard Power USA** (3). La potenza del GAFAM costituisce appena una componente della potenza economica politica e culturale americana. Come tutti i poteri, anche il suo potere non può superare certi limiti: è dunque necessario di una azione di

controllo e di regolazione per evitare che diventi incontrollabile. Questo è forse uno delle sfide mondiali maggiori dei prossimi decenni.

## NOTE

(1) **GAFAM**: Nel suo insieme il suo valore in Borsa costituisce l'equivalente del 3° PIL mondiale, con un importo complessivo di 8.900 miliardi di Dollari USA (dati 2022), dopo USA (22 mila miliardi di Dollari) e CINA (17.800 miliardi di Dollari). Dietro il GAFAM seguono il Giappone (5.400 miliardi), la Germania (4.300 miliardi), il Regno Unito (3.100 miliardi) e l'India (3 mila miliardi);

(2) **Soft Power**, La sua nozione è stata definita nel 1990 politologo ed uomo politico americano **Joseph Samuel Nye** (1938- ), già decano della John F. Kennedy School of Government presso la Harvard University, come: "Arte di convincere gli altri formulando idee attrattive, ad esempio attraverso la cultura (cinema, scambi universitari, ecc.), e non imponendosi per mezzo della forza bruta". Il termine designa una strategia destinata a legittimare la politica estera USA nel mondo posto Guerra Fredda. Il Soft Power, come molti tendono a pensare, non può funzionare indipendentemente dall'Hard Power (la politica di potenza basata sull'intimidazione, sia essa militare, diplomatica o economica). In tale contesto, poiché il successo del GAFAM dipende molto dagli aiuti ricevuti dal governo americano, porta a pensare che il GAFAM sia uno dei tanti strumenti del Soft Power USA nel contesto di una strategia politica del governo americano.

(3) **Hard Power**. Nell'ambito delle relazioni internazionali, con la locuzione **Hard power (potere duro o potere coercitivo)** si intende l'utilizzo del potere militare ed economico da parte di uno Stato o governo per influenzare il comportamento di altri enti politici. Questa forma di potere di solito è aggressiva ed è molto più efficace quando viene imposta da un governo o uno Stato che ha più potere economico-militare di un altro. L'Hard Power è l'opposto del concetto di Soft Power, che invece punta a influenzare gli altri enti politici tramite strumenti non