

esteri
CONTRORDINE

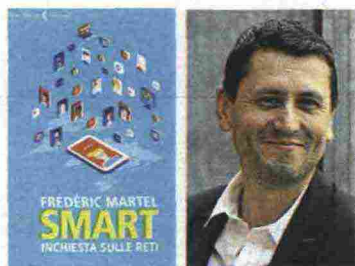
HA GIRATO MEZZO MONDO, DALL'INDIA ALLA CINA ALL'AFRICA, PER SFATARE UN MITO. INCONTRO CON **Frédéric Martel**

La globalizzazione passa dalla rete. Un luogo comune che non è affatto vero

di **Riccardo Staglianò**

Cominciamo dai record. Per fare questo libro l'autore ha visitato cinquanta Paesi, per una media di due-tre viaggi ciascuno, e ha incontrato un numero di persone che quantifica a spanne tra le due-tremila. «Tra tutto avrò speso circa centomila euro» calcola senza pretesa di accuratezza Frédéric Martel, la camicia bianca d'ordinanza dell'intellettuale francese, mentre riprende le forze da una sottovalutata traversata a piedi dalla stazione Termini al centro di Roma. È il budget di un documentario più che di un volume di carta, che coprirà un terzo con l'anticipo, un terzo con le royalties precedenti e un terzo con altri soldi suoi. Mai sentito niente del genere. Però le vendite passate giustificano l'impresa. *Mainstream*, l'inchiesta sulla cultura globale uscita nel 2010, ha venduto 200mila copie in circa 20 Paesi. E *Smart*, il nuovo lavoro sulla (presunta) globalizzazione digitale, è già stato tradotto in otto lingue e sta per uscire in quindici Paesi, compresa l'Italia (il primo ottobre da Feltrinelli). Sintesi brutale: se non è vero che il mondo è piatto, come aveva incautamente sostenuto Thomas Friedman nel suo bestseller semplicista, ciò vale anche per internet, che andrebbe sempre declinata al plurale. Perché quella americana è diversissima da quella cinese, a sua volta incommensurabile rispetto all'africana o alla russa. Ricercatore gira-

L'internet cinese è una specie di clone continuo di quello che già conosciamo

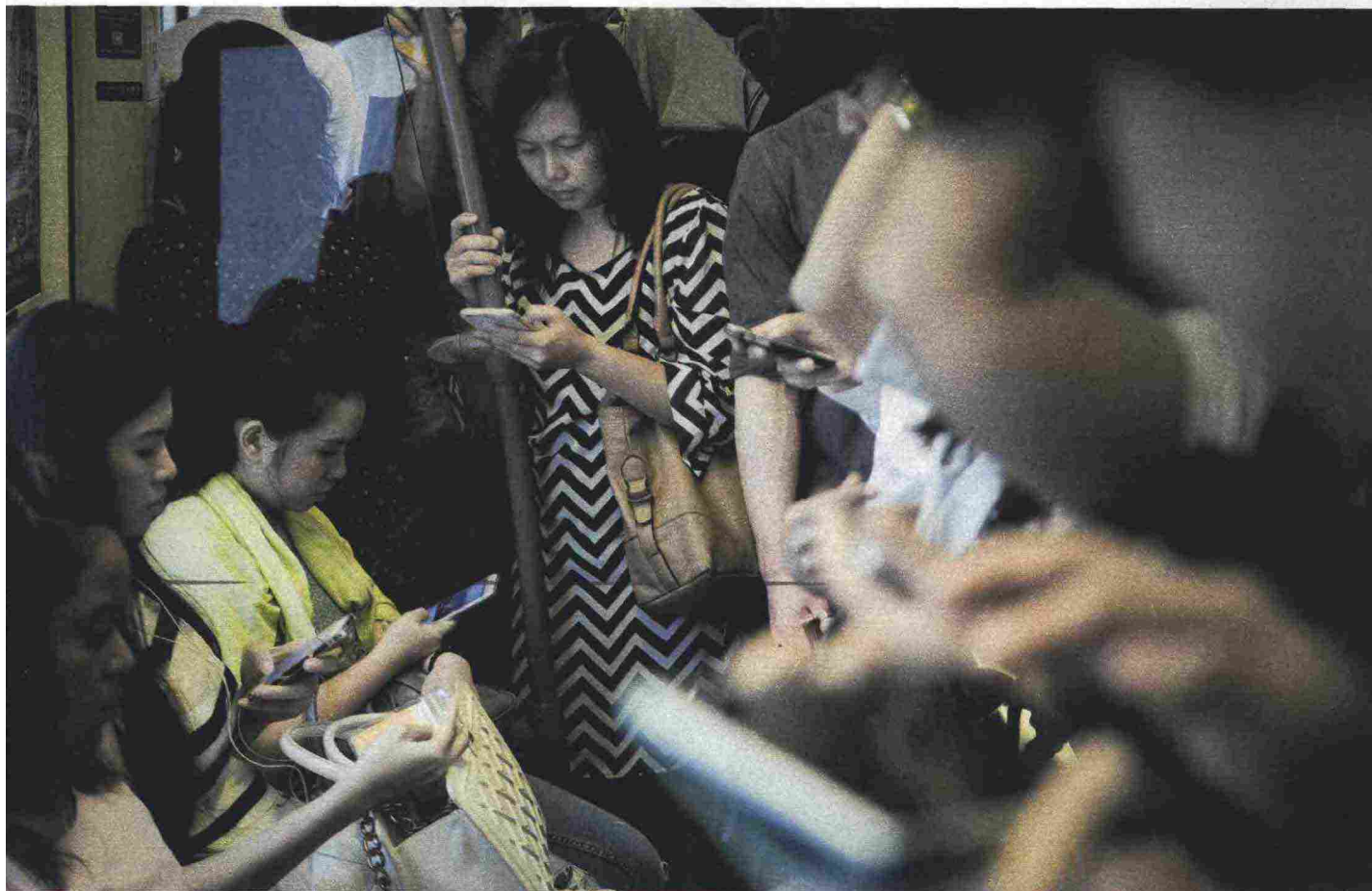


Sopra, la copertina di *Smart*. Il nuovo saggio di **Frédéric Martel** (a destra) è edito da Feltrinelli (pp. 384, euro 22, traduzione di Matteo Schianchi)

mondo, ex consulente di vari governi francesi e giornalista non privo di ambizioni sin qui esaudite, Martel distilla frasi ben cesellate: «L'espressione di McLuhan sul villaggio globale vale ancora, a patto di mettere l'accento sul sostantivo piuttosto che sull'aggettivo. Non un mondo reso uniforme dall'iperconnessione, ma anzi il riaffermarsi della singola comunità, con la sua piccola rete territoriale, irriducibile alla grande Rete che pretendevamo universale».

Ci tiene a rimarcare che il suo, nonostante una lunga tradizione patria da Montaigne in giù, non è un saggio. Ma una serie di reportage, effettuati sul terreno e in profondità («Mi piace la formula che Orwell utilizzava per sé di scrittore politico»). Dai quali, viaggiando in economy, affittando stanze via Airbnb e rinunciando spesso a gettoni per partecipazioni a conferenze in cambio di ospitalità, ha

ricavato un'idea piuttosto controintuitiva del tasso di omogeneità del panorama digitale alle diverse latitudini. «L'internet cinese è una specie di clone continuo di quella che conosciamo» esordisce, per poi dettagliare: «Se in occidente comanda il Gafa (Google, Amazon, Facebook e Apple), in oriente detta legge il Bat (Baidu, Alibaba e Tencent), rispettivamente le versioni mandarinate del motore di ricerca, del sito di commercio elettronico e di un immensamente popolare servizio di messaggistica». Con la caratteristica, già riscontrata in altri settori, che Pechino inizia copiando ma non si accontenta. Infatti, in una gara mondiale di riconoscimento immagini automatico, il software di Baidu, dove la star informatica Andrew Ng è andata a lavorare abbandonando senza rimpianti Stanford e la Silicon Valley, ha battuto sia Google che Microsoft. «Dell'India mi ha colpito molto l'energia del premier Modi a innovare. Ha annunciato di creare cento *smart cities*, dove la tecnologia servirà a migliorare la vita dei cittadini, e che conetterà 700mila villaggi attraverso il 3G, dal momento che aspettare di cablarli sarebbe troppo lento». D'altronde, se ha riscontrato una tendenza condivisa nel mondo, è proprio la crescita della connessione mobile rispetto a quella da computer. Gli smartphone collegati alla rete sono già 2,7 miliardi che, entro il 2020, dovrebbero quasi raddoppiare. C'è gente per cui i doni di internet arrivano via messaggio. «In Kenya ho usato anch'io M-Pesa, quel sistema di pagamento attraverso un sms che ha di fatto colmato il drammatico ri-



NICOLAS AISOURI/AP/GETTY IMAGES

tardo di buona parte di quel continente rispetto alla disponibilità di conti bancari. E nello slum di Kibera molte cose sono migliorate da quando gli stessi che hanno creato Ushahidi, un sistema di allarme in caso di calamità, hanno allestito un sistema di wifi gratuito per gli abitanti». Tecnicamente, tutte reti che parlano la stessa lingua, l'Internet Protocol, in pratica sono cose ben diverse l'una dall'altra.

Martel, viaggiatore instancabile, è stato spesso in Italia ed è qui ora per valutare la fattibilità di un prossimo progetto ancora segreto. Proprio guardando alla nostra situazione smentisce la sensazione che Facebook sia un fattore unificante, almeno in Europa: «Dalle pagine dei miei amici di Napoli mi sono reso conto di essere praticamente l'unico dei loro conoscenti a non abitare nella loro città. Sebbene il mezzo si presti all'allargamento dei confini, nel loro caso addirittura raffor-

za la dimensione territoriale. Credo che in futuro il locale sarà ancora più forte». D'altronde, quando Zuckerberg concepì l'embrione di Facebook era per poter commentare, e poi eventualmente connettersi, con le più belle studentesse di Harvard, un campione umano racchiuso in pochi chilometri quadrati. Il miliardo e rotti di *friends* venuti dopo, in questa prospettiva, sarebbero il parto di una sorprendente eterogeneità dei fini.

Certi esempi da cui l'autore ricava conferme mi sembrano zoppicanti. Come quello di Mohammed Assaf, ragazzino palestinese vincitore nel 2013 del talent show *Arab Idol* e da allora superpotenza su You-

Gli smartphone collegati alla rete sono 2,7 miliardi. Saranno il doppio nel 2020

Tube da oltre 100 milioni di visualizzazioni: «È più celebre di Arafat, ma solo nel suo mondo. Se internet fosse davvero globale lo conoscerebbero tutti. E invece non è così». Ma, se è per quello, ben pochi italiani oltre i vent'anni riconoscono

Favij, il più celebre youtuber italiano forte di un bottino di *views* quasi quattro volte superiore. Non è tanto, mi sembra, che la rete non buca i confini, ma che raggiungere il *mainstream* non è scontato nemmeno all'interno dello stesso Paese, figuriamoci se uno canta in arabo.

Tra le intuizioni che rivendica c'è quella di *smart curation*. Parte dal truismo per cui la critica tradizionale, dai libri al cinema, non fa più vendere come una volta. Troppe cose da leggere/guardare per troppi pochi occhi. Sui grandi numeri se la cavano molto meglio i motori di raccomandazione di Netflix, Amazon o Spotify. Il meglio dei due mondi sarebbe unire algoritmi e umani, i primi per scremare e i secondi per rifinire. Perché no. Cosa c'entra con la pluralità di internet però non è chiaro. E questo è forse il limite di una lettura altrimenti stimolante. Molti Paesi visitati. Molte persone incontrate. Molte intuizioni, magari troppe, da tenere insieme in un libro solo. ■