

DOC SEARLS
DAVID WEINBERGER

LE NUOVE TESI DEL CLUETRAIN MANIFESTO

A CURA DI
GIULIO GAUDIANO



TITOLO ORIGINALE

NEW CLUES

CC BY-SA 3.0 IT 2015 YOUNEDIAWEB ROMA

WWW.YOUNEDIAWEB.COM

ISBN-13: 978-1507775165

ISBN-10: 1507775164

GRAZIE

Al Web perché mi ha dato il lavoro che sognavo.

A Robin Good perché mi ha fatto conoscere il Cluetrain Manifesto e mi ha insegnato la strada per la foresta di Sharewood.

Ai miei soci e collaboratori, perché sono i migliori compagni di avventure.

A mia moglie, perché tiene a bada il geek che è in me.

INTRODUZIONE

Il contesto.

Nel 1999 la maggior parte dei Media vedeva il Web come un nuovo canale per spingere contenuti. Il mondo business, dal canto suo, intravedeva l'opportunità di vendere di più. Il resto delle persone però, aveva davanti un altro Internet, luogo ideale per inventare nuove cose, per condividerle liberamente, per incontrarsi e comunicare senza limiti.

Quattro di queste persone, stanche dei continui fraintendimenti circa la vera natura di Internet, tentarono di dipingere l'immagine della Rete che conoscevano e amavano scrivendo 95 tesi, raccolte nel Cluetain Manifesto¹.

Erano solo in quattro: Doc Searls² e David Weinberger³ (autori del testo che stai per leggere), Christopher Locke⁴ e Rick Levine⁵. Eppure quel testo fu letto da centinaia di migliaia di persone online e, come libro⁶, divenne un best-seller.

1 <http://www.cluetrain.com/>

2 <http://searls.com/>

3 <http://weinberger.org/>

4 <http://www.cluetrain.com/clocke.html>

5 <https://www.linkedin.com/in/ricklevine>

6 A dieci anni dalla pubblicazione del Cluetrain Manifesto è stato pubblicato un volume arricchito di interventi e

Da allora è passata molta acqua sotto i ponti. Quindici anni dopo Doc e David, che nel frattempo hanno scritto vari libri e ricoprono posti di prestigio nel mondo accademico, danno nuovamente voce all'Internet Libero, affinché chi ne abbia smarrito la via possa aprire gli occhi e aggiustare la propria rotta.

Il testo.

Il testo che stai per leggere è una profezia su Internet. Da qui il suo tono fortemente visionario e religioso.

“Ascolta, Internet” esordisce. Come il popolo di Israele, sotto il monte Oreb, riceve da Dio delle parole per essere felice e prendere possesso della Terra Promessa⁷, così David Weinberger e Doc Searls indicano la strada che permetterà al Popolo della Rete di attraversare un deserto popolato di orde di predoni, per entrare infine nella terra dell'Open Internet.

Lo stesso David Weinberger ha riconosciuto di non essere un ebreo praticante, ma di aver voluto comunque celare nel testo numerosi Easter egg⁸ e

riflessioni: http://cluetrain.com/Cluetrain_10/

7 L'incipit del testo fa eco al brano di Deuteronomio 6,3
“Ascolta, o Israele, e bada di metterli in pratica; perché tu sia felice e cresciate molto di numero nel paese dove scorre il latte e il miele, come il Signore, Dio dei tuoi padri, ti ha detto.”

8 http://it.wikipedia.org/wiki/Easter_egg

richiami allo stile dei testi rabbinici e sapienziali⁹.

La formattazione, che ho voluto conservare il più fedelmente possibile, è frutto di un'attenzione particolare, degna della poesia visiva¹⁰.

Il copyright.

Il testo originale è stato pubblicato su <http://cluetrain.com/newclues/>¹¹

La traduzione che leggerai in questo libro è stata scritta da Giulio Gaudiano, rielaborando l'ottima traduzione di Andrea Zanni, Marco Goldin ed Enrico Francese¹²

Questo libro può essere condiviso, distribuito, comunicato al pubblico, rappresentato e recitato con qualsiasi mezzo e formato; modificato, remixato, utilizzato in qualsiasi modo, ricordando sempre l'autore e utilizzando la stessa licenza¹³.

Facci quello che ti pare, ma facci qualcosa. :-)

9 Cfr. Intervista a David Weinberger di Marco Montemagno, trasmessa in diretta il 21 gennaio 2015 su <http://supersummit.co/>

10 http://it.wikipedia.org/wiki/Poesia_visiva

11 Il testo è pubblicato sotto Pubblico Dominio CC0 1.0

12 Il testo su <https://medium.com/@nuovetesi/nuove-tesi-4a1def360351> è pubblicato sotto licenza Creative Commons CC BY-SA 3.0 IT

13 <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/it/>

NUOVE TESI

<http://cluetrain.com/newclues/>

ASCOLTA, INTERNET.¹⁴

Sono passati quindici anni dal nostro precedente messaggio¹⁵.

A quel tempo la Gente di Internet – io, te e tutti i nostri amici degli amici degli amici, fino all'ultimo Kevin Bacon¹⁶ —ha fatto di Internet un luogo stupendo, pieno di meraviglie e di portenti.

Dalle cose serie¹⁷ a quelle scherzose¹⁸ fino alle più assurde¹⁹, abbiamo distrutto giganti, creato eroi e modificato le più semplici convinzioni su Chi Siamo e Come Va il Mondo.

Ma adesso, tutto il buon lavoro fatto insieme sta per affrontare pericoli mortali.

Quando ci siamo rivolti a te per la prima volta, volevamo metterti in guardia della minaccia rappresentata da chi non capiva di non aver capito Internet.

Questi sono “Gli Stolti”, i business che hanno

14 N.d.t. L'incipit fa eco alla preghiera ebraica Shemà, la quale inizia recitando “Ascolta, Israele”. Cfr.

<http://it.wikipedia.org/wiki/Shemà>

15 <http://www.cluetrain.com/>

16 N.d.t. Il nome di Kevin Bacon contiene un'allusione alla teoria dei sei gradi di separazione. Cfr.

http://it.wikipedia.org/wiki/Sei_gradi_di_separazione

17 <http://en.wikipedia.org/>

18 <http://lolcatbible.com/>

19 <http://www.truthforhumanity.com/>

semplicemente fatto proprie le trappole di Internet.

Ora due nuove orde minacciano quello che noi
abbiamo costruito l'uno per l'altro.

I Marauders²⁰ capiscono Internet fin troppo bene.
Pensano che appartenga a loro e che possano
deprederlo, prelevando da esso i nostri dati e i
nostri soldi, convinti che noi siamo cretini.

Ma l'orda più pericolosa è la terza: Noi.

Un'orda è una massa indifferenziata di persone. Ma
la vera essenza di Internet è che ci permette di
connetterci, in quanto individui diversi e distinti.

A tutti noi piace l'intrattenimento di massa.
Diamine, al giorno d'oggi la TV ne sta facendo
delle belle, e la Rete ci permette di guardarcele
quando ci pare. Fantastico!

Ma dobbiamo tenere a mente, che trasmettere mass
media è solo l'ultimo dei poteri della Rete.

Il super-potere della Rete è la connessione senza
bisogno di autorizzazione. Il suo massimo potere è
che possiamo fare di essa quello che ci pare.

Dunque non è il momento di metterci comodi e
consumare il ma-che-buon cibo spazzatura che
Stolti e Marauders hanno creato, come se il nostro
lavoro fosse finito. È il momento di soffiare sul
fuoco della Rete e trasformare tutte le istituzioni

²⁰ I Marauders sono un gruppo di supercriminali mutanti dei fumetti, creati da Chris Claremont (testi), John Romita Jr. (disegni). Cfr. <http://it.wikipedia.org/wiki/Marauders>

che vorrebbero prenderci in giro.

E' già iniziata l'invasione sistematica di Internet da parte degli ultracorpi²¹. Non fare errori: con un tratto di penna, una stretta di mano segreta o permettendo ai meme di coprire le grida dei più disperati, rischiamo di perdere l'Internet che amiamo.

Ci siamo rivolti a te negli anni della nascita del Web. Siamo invecchiati insieme a Internet. Il tempo che ci rimane è poco.

Noi, il Popolo di Internet, dobbiamo ricordare la gloria della sua rivelazione, per poterlo rivendicare ora in nome di ciò che è veramente.

David Weinberger

Doc Searls

8 gennaio, 2015

21 http://en.wikipedia.org/wiki/Invasion_of_the_Body_Snatchers. Cfr. [http://it.wikipedia.org/wiki/L%27invasione_degli_Ultracorpi_\(film\)](http://it.wikipedia.org/wiki/L%27invasione_degli_Ultracorpi_(film))

UN TEMPO ERAVAMO GIOVANI NEL
GIARDINO...

a. Internet siamo noi, connessi.

1. Internet non è fatto di cavi, di fibre ottiche, di onde radio e neanche di tubi.
2. I dispositivi che usiamo, per connetterci a Internet, non sono Internet.
3. Verizon, Comcast, AT&T, Deutsche Telekom e 中国电信 non possiedono Internet. Facebook, Google e Amazon non sono i re della Rete, né lo sono i loro servitori o i loro algoritmi. Né i governi della terra né le loro Associazioni per il Commercio hanno il consenso dei connessi²² per cavalcare la Rete come sovrani.
4. Internet è un nostro bene comune, non una nostra proprietà.
5. Da noi e da quello che abbiamo costruito su di esso deriva tutto il valore di Internet.
6. La Rete è di noi, da noi, per noi.
7. Internet è nostro.

b. Internet non è niente, e non serve a niente.

8. Internet non è una cosa, più di quanto non lo

²² <http://consentofthenetworked.com/>

sia la forza di gravità. Entrambe ci tengono insieme.

9. Internet è una totale non-cosa. Alla sua base c'è un insieme di accordi, che i più nerd fra noi (benedetti siano i loro nomi nei secoli) chiamano “protocolli”, ma che noi potremmo, nel fervore del momento, chiamare “comandamenti.”
10. Il primo e il più importante è: La tua rete muoverà i pacchetti a destinazione senza favoritismi o ritardi in base a origine, sorgente, contenuto o intenzione.
11. Possa dunque questo Primo Comandamento aprire Internet a ogni idea, applicazione, business, avventura, vizio o qualsiasi altra cosa.
12. Non si è mai visto uno strumento così generalmente utilizzabile dall'invenzione del linguaggio.
13. Questo significa che Internet non è fatto per qualcosa in particolare. Non è fatto per i social network, né per i documenti, né per la pubblicità, né per il business, né per l'educazione, né per il porno, né per qualsiasi altra cosa. È adatto nello specifico a fare qualsiasi cosa.
14. Ottimizzare²³ Internet per una singola cosa

²³ <http://books.google.com/books?id=9ITtWQILkwwC&pg=PA56&lpg=PA56&dq=ottimizi>

significa de-ottimizzarlo per tutto il resto.

15. Internet, come la gravità, è indiscriminato. Ci tiene insieme, giusti e ingiusti allo stesso modo²⁴.

c. La Rete non è contenuto.

16. Su Internet ci sono contenuti fantastici. Ma, marenna formaggina²⁵, Internet non è fatto di contenuti.

17. La prima poesia di un adolescente, la tanto attesa rivelazione di un segreto custodito a lungo; un bel disegno buttato giù da una mano paralitica; il post di un blog in un regime politico che odia il suono delle voci del suo popolo: nessuna di queste persone aveva intenzione di creare un contenuto.

18. Abbiamo usato la parola “contenuto” senza

ng+de-
optimizing+david+reed&source=bl&ots=_mqGSLQSV&
sig=TWO4uUTWkzGPDBGmwyS0uqBz0NA&hl=en&sa
=X&ei=Nm5lVN-
hJtbdsASnzoKQAQ&ved=0CCAQ6AEwAA#v=onepage
&q=optimizing%20de-optimizing%20david
%20reed&f=false

24 N.d.t. Nel testo originale questa affermazione potrebbe essere un easter egg di una novella di Samuel Johnson “The angels of affliction spread their toils alike for the virtuous and the wicked, for the mighty and the mean”.

25 N.d.t. Libera interpretazione dell'esclamazione “holy mother of cheeses”.

virgolette? Ce ne vergogniamo.

d. La Rete non è un medium.

19. La Rete non è un medium più di quanto non lo sia una conversazione.
20. Sulla Rete, il medium siamo noi. Noi portiamo i messaggi. Lo facciamo ogni volta che pubblichiamo un post, ritwittiamo, mandiamo un link in una email o lo postiamo su un social network.
21. Contrariamente a un medium, tu ed io lasciamo le nostre impronte digitali, e talvolta il segno dei denti, sui messaggi che passiamo. Diciamo alle persone perché mandiamo quel messaggio. Lo rafforziamo. Vi aggiungiamo una battuta. Tagliamo la parte che non ci piace. Ci appropriamo di questi messaggi.
22. Tutte le volte che portiamo un messaggio attraverso la Rete, esso porta con sé un piccolo pezzo di noi.
23. Portiamo un messaggio attraverso questo “medium”, solo se esso è importante per noi, in uno qualsiasi degli infiniti modi in cui gli esseri umani possono avere a cuore qualcosa.
24. Avere a cuore—ritenere importante—è la forza motrice di Internet.

e. Il Web è World Wide.

25. Nel 1991, Tim Berners-Lee²⁶ usò la Rete per creare un regalo, che donò gratis a tutti noi: il World Wide Web. Grazie.
26. Tim ha creato il Web fornendo dei protocolli (di nuovo questa parola!) che dicono come scrivere una pagina che può linkare a un'altra pagina senza chiedere il permesso a nessuno.
27. Boom. Nel giro di dieci anni abbiamo avuto miliardi di pagine sul Web: un'impresa collettiva delle dimensioni di una Guerra Mondiale, e tuttavia così positiva che la più grande lamentela è stata per il tag `<blink>`.
28. Il Web è un regno gigantesco e semi-eterno, fatto di cose da scoprire nelle loro fitte interconnessioni.
29. Questa l'ho già sentita. Ma certo, è esattamente come il mondo reale.
30. Diversamente dal mondo reale, ogni cosa e ogni connessione sul Web è stata creata da qualcuno di noi, mostrando un interesse e un punto di vista su come piccoli pezzi²⁷ si combinano tra loro.
31. Ogni link creato da una persona, con

26 http://en.wikipedia.org/wiki/Tim_Berners-Lee

27 <http://www.smallpieces.com/>

qualcosa da dire, è un atto di generosità e altruismo, che invita i lettori a lasciare la pagina dove stanno, per guardare il mondo dal punto di vista di qualcun'altro.

32. Il Web ricrea il mondo nella nostra forma feconda e condivisa²⁸.

28 N.d.t. La traduzione dell'originale “The Web remakes the world in our collective, emergent image.” è in accordo con lo stile biblico del testo. Secondo le intenzioni degli autori il Web sembra capace di ricreare la realtà del giardino dell'Eden, in cui tutto era in continua crescita e fioritura e, non esistendo la proprietà privata, tutto era per tutti e di tutti. Tale interpretazione è rafforzata dal fatto che questa affermazione chiude, secondo una composizione ad anello, la sezione del testo iniziata con “Once were we young in the Garden...”.

MA AHIMÈ, COME ABBIAMO
POTUTO ALLONTANARCIENE,
FRATELLI E SORELLE...

a. Tuttavia, come abbiamo potuto lasciare che la conversazione fosse trasformata in un'arma²⁹?

33. È importante riconoscere e aver cura del dialogo, dell'amicizia e dei mille gesti di empatia, gentilezza e gioia che incontriamo su Internet.
34. E ancora sentiamo le parole “frocio” e “negro” molto più in Rete che fuori.
35. La demonizzazione degli ‘altri’ —persone con look, linguaggi, opinioni, appartenenze o altri modi di stare insieme che non capiamo, apprezziamo o tolleriamo— su Internet è peggiore che mai.
36. Le donne in Arabia Saudita non possono guidare? Nel frattempo, metà di noi³⁰ non può parlare liberamente sulla Rete senza doversi guardare alle spalle³¹.
37. C'è odio in Rete perché c'è odio nel mondo, ma la Rete rende più facile la sua espressione e il suo ascolto.

29 <http://blog.bl00cyb.org/2014/11/akirachix-and-weaponized-social/>

30 <https://medium.com/message/online-and-offline-violence-towards-women-4c854eb591a5>

31 <http://www.theguardian.com/technology/2013/aug/05/twitter-bomb-threats-women>

38. La soluzione: se avessimo una soluzione, non staremmo qui a scocciare con tutte queste dannate tesi.
39. Possiamo però dire questo: non è stato l'odio a creare la Rete, ma sta portando la Rete—e tutti noi—indietro.
40. Ammettiamo almeno che la Rete ha i suoi valori impliciti. Valori umani.
41. Ad uno sguardo freddo la Rete è solo tecnologia. Ma è popolata da creature che si scaldano per quello a cui tengono: le loro vite, i loro amici, il mondo che condividiamo.
42. La Rete ci offre un luogo condiviso dove possiamo essere noi stessi, insieme ad altri che apprezzano le nostre differenze.
43. Nessuno è padrone di questo luogo. Tutti possono usarlo. Chiunque può migliorarlo.
44. Ecco cos'è un Internet libero. Sono state combattute guerre per molto meno.

b. “Siamo d'accordo su tutto. Ti trovo *affascinante!*”

45. Il mondo ci si offre davanti come un buffet, eppure noi vogliamo sempre la nostra bistecca con patate, l'agnello con hummus, il pesce con riso, o qualsiasi altra cosa.

46. Facciamo così in parte perché la conversazione ha bisogno di un terreno comune: linguaggi, interessi, regole, punti di vista condivisi. Senza di questi è difficile, se non impossibile, avere una conversazione.
47. Terreni comuni generano tribù. Il Mondo con la sua dura terra ha tenuto a distanza le tribù, permettendo loro di sviluppare incredibili diversità. Evviva! Le tribù hanno fatto crescere il Noi invece del Loro e della guerra. Evviva? Mica tanto.
48. Su Internet, la distanza tra le tribù parte da zero.
49. Apparentemente, essere capaci di trovarci l'un l'altro interessanti non è così semplice come sembra.
50. Questa è una sfida che possiamo affrontare essendo aperti, empatici e pazienti. Possiamo farcela ragazzi! Siamo i numeri 1! Siamo i numeri 1!
51. Essere accoglienti: ecco un valore che la Rete ha bisogno di imparare dalle nostre migliori culture del mondo reale.

c. Il marketing rende ancora più difficile parlare.

52. Avevamo ragione la prima volta³²: i Mercati sono conversazioni.
53. Conversazione non significa tirarci per la manica, per mostrarci un prodotto di cui non vogliamo sentir parlare.
54. Se vogliamo sapere la verità sui vostri prodotti, la scopriremo da qualcun'altro.
55. Ci rendiamo conto che queste conversazioni sono incredibilmente interessanti per voi. Peccato. Sono nostre.
56. Se volete partecipare alla nostra conversazione siete i benvenuti, ma solo se ci dite per chi lavorate e se potete parlare in modo autonomo e personale.
57. Tutte le volte che ci chiamate “consumatori”, ci sentiamo come mucche che cercano il significato della parola “carne”.
58. Smettetela di trivellare le nostre esistenze per estrarre dati che non vi riguardano e che le vostre macchine interpretano male.
59. Non preoccupatevi: vi diremo noi quando scenderemo sul mercato per qualche motivo. A modo nostro. Non vostro. Fidatevi: sarà

32 <http://www.cluetrain.com/>

meglio per voi³³.

60. Gli annunci pubblicitari che suonano umani ma provengono dagli intestini irritabili del vostro ufficio marketing, macchiano la stoffa del Web.
61. Quando la personalizzazione porta a cose raccapriccianti, è un chiaro segnale che non capite cosa significa veramente essere una persona.
62. Umano è Personale. Non Personalizzato.
63. Più le macchine sembrano umane, più scivolano nella uncanny valley³⁴ dove ogni cosa è raccapricciante³⁵.
64. E poi: smettetela di travestire gli annunci

33 <http://intentioneconomy.net/>

34 https://en.wikipedia.org/wiki/Uncanny_valley N.d.t.
Uncanny valley (traduzione: la zona perturbante o valle perturbante) è un'ipotesi presentata dallo studioso di robotica nipponico Masahiro Mori nel 1970 pubblicata sulla rivista Energy. La ricerca analizza sperimentalmente come la sensazione di familiarità e di piacevolezza generata in un campione di persone da robot e automi antropomorfi aumenti al crescere della loro somiglianza con la figura umana fino ad un punto in cui l'estremo realismo rappresentativo produce però un brusco calo delle reazioni emotive positive, destando sensazioni spiacevoli come repulsione e inquietudine paragonabili al perturbamento. Cfr. https://it.wikipedia.org/wiki/Uncanny_valley

35 <http://www.niemanlab.org/2014/12/the-year-we-get-creeped-out-by-algorithms/>

pubblicitari da news, nella speranza che non ci accorgiamo dell'etichetta appesa alle loro mutande.

65. Quando fate “native advertising” non solo intaccate la vostra stessa credibilità, ma anche la credibilità di tutto questo nuovo modo di entrare in relazione gli uni con gli altri.
66. A proposito, che ne dite di chiamare la “native advertising” con uno dei suoi veri nomi come “product placement”, “pubblicità”, o “notizie finte del cazzo”?
67. Gli inserzionisti sono andati avanti per generazioni senza essere raccapricciati. Possono cavarsela senza essere raccapricciati anche sulla Rete.

d. La Gitmo³⁶ della Rete.

68. Tutti amiamo le nostre scintillanti app,

³⁶ N.d.t. Il termine “Gitmo” può essere letto come sinonimo di “Guantanamo”, struttura detentiva statunitense di massima sicurezza interna alla base navale di Guantánamo, sull'isola di Cuba. *Gitmo - Le nuove regole della guerra* (*Gitmo: Krigets nya spelregler*), noto anche con il titolo internazionale *Gitmo: The New Rules of War*, è un documentario svedese pubblicato nel 2006 da Erik Gandini e Tarik Saleh. Cfr. http://it.wikipedia.org/wiki/Gitmo_-_Le_nuove_regole_della_guerra

anche quando sono blindate quanto una base lunare. Ma se metti insieme tutte le app blindate del mondo avrai soltanto un mucchio di app.

69. Metti insieme tutte le pagine del Web e avrai un nuovo mondo.
70. Le pagine web creano connessioni. Le app, controllo.
71. Se passiamo dal Web³⁷ ad un mondo fatto di app³⁸, perdiamo tutto ciò che di condiviso stavamo costruendo insieme.
72. Nel Regno delle App siamo utenti, non creatori.
73. Ogni nuova pagina rende il Web più grande. Ogni nuovo link rende il Web più ricco.
74. Ogni nuova app ci dà qualcos'altro da fare sull'autobus.
75. Ahi, un colpo basso!
76. Ehi, “ColpoBasso” potrebbe essere il nome per una nuova app! Già me la immagino, con su scritto “Acquistala nell'App Store”.

37 <http://dashes.com/anil/2012/12/rebuilding-the-web-we-lost.html>

38 <https://indiewebcamp.com/Principles>

e. La gravità è una gran cosa, fino a quando non ci risucchia tutti in un buco nero.

77. Le applicazioni non-libere³⁹ sviluppate a scapito della Rete libera stanno diventando inevitabili, quanto la forza di attrazione di un buco nero.
78. Se per te la Rete è Facebook, allora ti sono stati messi addosso degli occhiali da un'azienda che ha la responsabilità, nei confronti dei suoi azionisti, di impedirti di toglierli.
79. Google, Amazon, Facebook e Apple fanno tutte il business degli occhiali. La prima verità, che i loro occhiali nascondono, è che queste aziende vogliono impossessarsi di noi proprio come i buchi neri si impossessano della luce.
80. Queste singolarità aziendali sono pericolose, non perché sono cattive. Molte di loro infatti sono impegnate in ottime iniziative di pubblica utilità. Dovrebbero essere applaudite per questo.
81. Ma esse traggono beneficio dall'attrazione gravitazionale della socialità: l'”effetto network” è quello che si verifica quando

39 <https://medium.com/message/net-neutrality-is-sooo-much-more-than-access-to-the-tubes-2344b1e9f220>

molti usano qualcosa perché è già usato da molti.

82. Dove non ci sono alternative competitive, dobbiamo stare iper-attenti, per ricordare a questi Giganti della Valley i valori del Web che all'inizio li hanno ispirati.
83. E poi abbiamo bisogno di onorare il suono che facciamo quando uno di noi si allontana coraggiosamente da loro. E' un suono a metà tra il boato di un razzo, in partenza dalla piattaforma di lancio, e lo strappo del Velcro quando ci si slaccia un vestito troppo stretto.

f. La privacy nell'era delle spie.

84. Ok governi, avete vinto. Avete in mano i nostri dati. Ora, cosa possiamo fare per assicurarci che userete questi dati contro di Loro e non contro di Noi? Anzi, sapreste dirci che differenza c'è?
85. Se vogliamo che i nostri governi facciano un passo indietro, dobbiamo accettare che se – e quando – ci sarà un nuoco attacco, non ci potremo poi lamentare, dicendo che avrebbero dovuto sorvegliarci meglio.
86. Non c'è scambio equo, se non siamo consapevoli di quello a cui rinunciamo. Non hai mai sentito dire che per la Sicurezza

bisogna rinunciare alla Privacy?

87. Con una probabilità, che si avvicina all'assoluta certezza, ci pentiremo di non aver fatto di più per proteggere nostri i dati dalle mani dei governi e dai signori supremi delle grandi aziende.

g. La privacy nell'era dei disonesti.

88. È giusto garantire la privacy personale a chi la vuole. Tutti stabiliamo dei limiti a un certo punto.

89. Domanda: Quanto pensi ci sia voluto affinché la cultura pre-Web capisse dove stabilire i limiti? Risposta: "Quanti anni ha questa cultura?"

90. Il Web è appena uscito dall'adolescenza. Ci troviamo all'inizio, non alla fine, della storia della privacy.

91. Potremo comprendere che cosa vuol dire privato, solo quando avremo capito cosa vuol dire social. Abbiamo appena iniziato a reinventare questi concetti.

92. Gli incentivi economici e politici, per farci abbassare i pantaloni e sollevare la gonna, sono così forti che faremmo meglio a investire in mutande di stagnola.

93. Sono gli hacker ad averci portato a questo,

gli hacker dovranno tirarcene fuori.

PER COSTRUIRE E SEMINARE

- a. Kumbaya⁴⁰ è bellissima se sei in una cassa di risonanza.
94. Internet è sbalorditivo⁴¹. Il Web è fantastico. Tu sei bellissimo. Connettiamoci tutti e saremo più incredibilmente meravigliosi di Jennifer Lawrence⁴². È un dato di fatto.
 95. E allora, non sminuiamo quello che la Rete ha fatto negli ultimi vent'anni.
 96. C'è molta più musica in giro per il mondo.
 97. Ora siamo in grado di farci una cultura da soli, salvo occasionali incursioni al cinema per qualcosa di spumeggiante e una busta di pop-corn da 9 dollari.
 98. Ora i politici devono spiegare le loro posizioni in modo ben diverso rispetto al vecchio volantino elettorale ciclostilato⁴³.

40 N.d.t. Kumbaya è una canzone che dagli anni '20 cominciò a circolare negli ambienti Scout e durante i campi estivi. La canzone è una semplice preghiera a Dio affinché aiuti chi è in difficoltà, ma è diventata un modo per alludere in modo satirico ad una visione moralistica, ipocrita e ingenuamente ottimistica del mondo e della natura umana. Cfr. <http://en.wikipedia.org/wiki/Kumbaya>

41 <http://www.reddit.com/r/internetisbeautiful>

42 Jennifer Lawrence è stata definita dalla rivista Rolling Stone "la più talentuosa giovane attrice di tutta l'America". Cfr. http://it.wikipedia.org/wiki/Jennifer_Lawrence

43 <http://en.wikipedia.org/wiki/Mimeograph>

99. Per tutto ciò che non capisci, puoi trovare una spiegazione. Puoi parlarne con altri. Puoi persino litigarci. Non è evidente quanto tutto ciò sia fantastico?
100. Vuoi sapere cosa comprare? L'ultimo a cui chiedere è quel business che fa di tutto per creare un oggetto del desiderio. La migliore fonte di informazioni siamo noi tutti.
101. Vuoi un corso di livello universitario su un argomento che ti interessa? Cerca su Google⁴⁴. Scegline uno. È gratis.
102. Certo, Internet non ha risolto tutti i problemi del mondo. Ecco perché l'Onnipotente ci ha fatto dono delle chiappe: per farcele alzare dalla sedia.
103. Gli oppositori di Internet ci aiutano a mantenerci onesti. Ma li apprezziamo di più quando loro stessi non si comportano da ingrati.

b. Una tasca piena di buone intenzioni.

104. Stavamo per dirvi come aggiustare Internet in quattro semplici mosse, ma l'unica che ci

44 <http://www.bing.com/search?q=google> N.d.t. Questo link è una sorta di corto circuito. Per riferirsi a Google gli autori non linkano il motore di ricerca, bensì linkano la ricerca della parola "Google" su Bing, motore di ricerca suo principale concorrente.

viene in mente è l'ultima: il profitto⁴⁵. Così, invece, ecco alcuni pensieri sparsi...

105. Dovremmo sostenere gli artisti e i creativi che ci danno gioia o ci fanno sentire più leggeri.
106. Dovremmo avere il coraggio di chiedere⁴⁶ l'aiuto di cui abbiamo bisogno.
107. La nostra cultura porta naturalmente alla condivisione, mentre la legge porta naturalmente alla difesa del copyright. Il copyright ha la sua funzione, ma nel dubbio, open⁴⁷ è meglio .
108. Nel contesto sbagliato sono tutti str--zi. (Anche noi, ma lo sapevate già). Perciò se inviti le persone a fare una nuotata, stabilisci prima delle regole. Tutti i troll, fuori dalla piscina.
109. Se le conversazioni sul tuo sito prendono una brutta piega, la colpa è tua.
110. Laddove c'è una conversazione, nessuno è tenuto a risponderti, non importa quanto sia condivisibile il tuo punto di vista o quanto smagliante sia il tuo sorriso.
111. Sostieni le aziende che hanno davvero capito il Web. Le riconoscerai non tanto

45 <http://knowyourmeme.com/memes/profit>

46 http://www.ted.com/speakers/amanda_palmer

47 <http://www.creativecommons.org/>

perché ci assomigliano, ma perché sono dalla nostra parte.

112. Certo, le app offrono una bella esperienza. Ma il Web è fatto di collegamenti che si diramano in continuazione, connettendoci senza fine. Per la vita e le idee, la completezza è la morte. Scegli la vita.
113. La rabbia è la patente della stupidità. Le strade di Internet sono già troppo affollate di guidatori patentati.
114. Vivi i valori che vuoi promuovere su Internet.
115. Se è un po' che parli, prova a star zitto. (Tra poco lo faremo anche noi).

c. Stare insieme: la causa e la soluzione di ogni problema⁴⁸.

116. Se ci siamo concentrati sul ruolo del Popolo della Rete — tu e noi — nel declino di Internet, è perché conserviamo ancora la stessa fede che avevamo all'inizio.
117. Noi, il Popolo della Rete, non riusciamo a comprendere quanto si possa fare insieme, perché siamo ancora lontani dall'aver finito di inventare come stare insieme.

48 http://en.wikipedia.org/wiki/Homer_vs._the_Eighteenth_Amendment

118. Internet ha liberato una forza primordiale — la gravità in grado di tenerci insieme.
119. L'amore è la forza di gravità della connessione.
120. Lunga vita a Internet libero.
121. Che si possa avere a lungo un Internet da amare.

AUTORI

Doc Searls

David "Doc" Searls, nato nel 1947, autore di *The Intention Economy: When Customers Take Charge*, è un giornalista, editorialista e blogger.

Membro del Center for Information Technology & Society (CITS) presso l'Università della California a Santa Barbara e del Berkman Center for Internet & Society presso l'Università di Harvard.

Per saperne di più <http://searls.com/>

David Weinberger

Nato nel 1950 e autore di *Everything is miscellaneous: the power of the new digital disorder* e di *Too Big to Know: Rethinking Knowledge Now That the Facts Aren't the Facts, Experts Are Everywhere*, è un tecnologo della comunicazione, scrittore e filosofo.

E' membro del Berkman Center for Internet & Society presso l'Università di Harvard, dove co-dirige anche l'Harvard Library Innovation Lab.

Per saperne di più <http://weinberger.org/>

Giulio Gaudiano

Nato nel 1983 e autore di *Esperto YouTube: Come Guadagnare con i Video Online*, è imprenditore e consulente di marketing, editoria e business digitale.

Per saperne di più <http://giuliogaudiano.com/>

Finito di scrivere nel mese di gennaio 2015

Stampato e venduto da **amazon**