

> TABELLINE

Che ironia Reale, filosofo e gentiluomo

PIERGIORGIO ODIFREDDI

HO INCONTRATO Giovanni Reale una sola volta, che vale la pena ricordare. Devo premettere che il suo tipo di filosofia non poteva incontrare i miei gusti da matematico, più inclini ad apprezzare gli analitici che non gli improbabili tentativi di leggere fra le righe di Platone le "dottrine non scritte" alluse nella famosa *Settima Lettera*. Fu così che mi divertii un paio di volte a stuzzicarlo in pubblico. Nell'introduzione al *Matematico impertinente* mi lasciai andare a

identificare il nostro periodo storico come "l'era della RCS: sigla che indica non il gruppo editoriale, bensì la Santissima Trinità della filosofia del Bel Paese, incarnata nelle persone di Reale, Cacciari e Severino". E ad affermare di "sentire l'impertinenza nei confronti loro e dei loro discepoli come un imperativo logico e scientifico". Qualche anno dopo lo incontrai per caso alla Milanese. Benché non ci conoscessimo mi venne incontro sorridente, mi strinse la

mano e mi disse: "Sono la R della RCS", con una battuta che sciolse all'istante i miei pregiudizi. Non ci siamo più incontrati, ma da allora ho cominciato a ricevere, senza averli chiesti, i tomi di filosofia della serie da lui curata per la vera RCS. La sua morte fissa ora a 2 a 0 per lui il nostro punteggio, in maniera irrimediabile: a volte una parola o un gesto gentili arrivano più lontano di una impertinenza.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



il Web sia troppo fluido per diventare preda di monopoli. Se un sito inizia a mostrare la zoppia di AltaVista o Myspace, i consumatori lo abbandoneranno senza esitazioni. Ma mentre questa teoria meritocratica potrebbe essere valida per un motore di ricerca o un social network, per Amazon le cose vanno diversamente. Nella sua storia c'è l'aver fatto a pezzi nuove piccole aziende, come Zappos o Diapers.com, non appena queste cominciano a porre vere sfide concorrenziali. Usa il suo patrimonio per battere gli oppositori sui prezzi, poi una volta che ha esaurito le risorse dei suoi nemici, li compra e ne esce anche rafforzata.

Questa posizione di forza necessita un intervento da parte del governo. Si è spesso detto che lo Stato è troppo lento per tenere il passo delle aziende di prodotti tecnologici, che nel tempo che ci mette per agire contro un'azienda, l'economia digitale si è allontanata al galoppo. Ma esiste una lunga storia che prova il contrario.

Incomincia con AT&T's Bell Labs alla fine degli anni Quaranta. Anche se i ricercatori sviluppavano un mucchio di grandi invenzioni — chiamata automatica, nuovi centralini — i dirigenti in cima al monopolio sostanzialmente spingevano i nuovi congegni in un archivio dove languivano (monopolisti senza sfide da parte dei concorrenti sono poco motivati per cambiare il settore che già controllano). Sotto pressione da parte del governo, AT&T cominciò a consentire che altre aziende utilizzassero la sua tecnologia, compreso un dispositivo chiamato transistor elettronico, che nelle mani della Texas Instruments, è diventato la base del computer.

O si prenda l'esempio di IBM, un'azienda che ha sempre flirtato con l'illegalità. Il Dipartimento di Giustizia le è stato addosso negli anni Cinquanta e Sessanta. E sebbene IBM si lamentasse dell'intrusione, si accordava sempre con il governo e prometteva di rivedere il suo modo di agire. E poi c'è il successore di IBM, Microsoft. L'azienda era famosa perché usava il suo potere per schiacciare i piccoli rivali che creavano prodotti di qualità superiore. Ma le iniziative del governo l'hanno costretta ad abbandonare quella tattica, cosa che a sua volta ha permesso alle nascenti aziende come Google e Skype di crescere. «L'antitrust ha il merito di aver ripristinato l'incontestata superiorità tecnologica americana», dice Tim Wu, autore di *The Master Switch*. «Ha fatto in modo che il web restasse aperto».

Queste storie sembrano impressionanti ma ci sono voluti decenni di sperimentazioni, perlopiù fallimentari, prima di trovare un approccio che riuscisse a piegare i monopoli. Però allontanare un problema non significa averlo risolto. I progressisti non sono mai riusciti a trovare un accordo su cosa pensare dei monopoli: avrebbero permesso loro di esistere, regolamentato la loro presenza o li avrebbero fatti a pezzi? La creazione di una Commissione federale per il Commercio nel 1914 doveva essere la conclusione di quel lungo conflitto, e invece finì per rappresentare la vaghezza concettuale dello scontro.

Civolle la Grande Depressione per far quella chiarezza che i progressisti non erano riusciti ad ottenere. Quando tutti i suoi sforzi per risuscitare l'economia si arnavano, Roosevelt dichiarò guerra totale al monopolio. Solo nel 1940, il suo Dipartimento di Giustizia esaminò 92 nuovi casi e registrò 3.412 cause; inseguì pezzi grossi come Alcoa, General Motors e la American Medical Association.

Forse il dibattito su Amazon non andrà avanti così a singhiozzo. Filtrano già alcune idee: una sarebbe di toglierle il potere che ha sui prezzi, un'altra sarebbe di privarla della possibilità di usare il proprio sito per punire i fornitori recalcitranti. Queste idee al momento sembrano colpi incerti invece che soluzioni coerenti. Tuttavia se non affrontiamo la nuova realtà del monopolio con spirito critico e di sperimentazione, ci lasciamo andare alla deriva in un futuro insostenibile dove una sola azienda detiene un inaccettabile potere economico e culturale. Sfortunatamente un solido sistema di regolamentazione non è questione che possa essere risolta da un giorno all'altro.

© Franklin Foer. @franklinfoer. Traduzione di Michael Cruickshank. Franklin Foer è direttore di The New Republic

ILLUSTRAZIONE DI EMILIANO PONZI

© RIPRODUZIONE RISERVATA