



IL POTERE DEL CYBERGRUPPO

Individualisti ma anche connessi: i neonomadi del XXI secolo

di: Arianna Dagnino

Individualisti e al tempo stesso estremamente consapevoli del “potere del gruppo”, se questo è capace di stabilire gli opportuni meccanismi di relazione, comunicazione e azione. Sono questi i neonomadi, e, per quanto perfettamente consci di essere (per ora) minoranza, sanno anche che – come faceva rilevare l’antropologa Margaret Mead – “Un piccolo gruppo di persone fortemente focalizzate su un obiettivo può cambiare il mondo”.

Peraltro, la riprova del potere di un pur sparuto numero di membri di una collettività nei confronti di quella stessa collettività si ritrova con una certa frequenza nel mondo naturale. Un esempio molto studiato dagli scienziati sociali è quello del “banco di sardine”. Composte da decine di migliaia di esemplari, con una massa complessiva spesso superiore a quella di un’enorme animale come la balena, il banco in questione mostra una capacità sorprendente di cambiare all’improvviso direzione, con tutti i membri del gruppo pronti a modificare simultaneamente la propria rotta. L’incredibile condotta è resa possibile dal fatto che, a dispetto delle apparenze, la condotta del banco non è mai del tutto omogenea: in ogni dato momento, una sparuta minoranza “rema contro” e nuota in direzione opposta, contro la “tendenza consolidata” e la “convenzione comune”. “il che – spiega Jan Jukes, fondatore dell’Infosavvy Group – crea conflitti, frizioni e senso di disagio nel resto del gruppo”. Quest’azione di disturbo, prima o poi, convince una crescente massa di sardine a cambiar direzione: “se arriva a farlo il 15-20 percento del gruppo, - dice Jukes – a quel punto lo fa anche il resto del banco, istantaneamente!”.

È proprio il ruolo di “sardine controcorrente” è quello che più o meno esplicitamente i neonomadi vorrebbero ritagliarsi in questa fase del XXI secolo.

Quattro esempi di “Cybergruppo”:

A lezione dai bufali

Qualcuno l’ha definita “una fantastica allegoria naturale del potere del gruppo”. La caparbietà e la lotta in grado di superare ogni ostacolo grazie all’azione collettiva. Si tratta di *battle at Kruger*, uno dei video più cliccati su YouTube (35 milioni di download, in costante aumento).

Il filmato – la cui visione è altamente emozionale – mostra lo spettacolare atto di riconquista da parte di un branco di bufali di un cucciolo finito nelle grinfie di un gruppo di leoni. Dato per spacciato dal ranger presente sulla scena, il piccolo bufalo viene letteralmente strappato ai predatori con un’azione collettiva degna di uno stratega militare. A riprova che anche l’apparentemente impossibile può essere ottenuto da un gruppo coeso e determinato. (link al video: www.youtube.com/watch?v=LU8DDYz68kM)

Ecco la Banca “P2P”

Il potere del gruppo (dei “pari”) applicato al mondo delle banche. È quello che insegnano Zopa e Prosper, i due pionieri dell’online che hanno applicato il concetto della comunità P2P (peer-to-peer) per fare di ogni consumatore una mini banca. Definite come le eBay dei prestiti, queste iniziative consentono ai singoli individui di prestare denaro direttamente ad altri, tagliando fuori le banche come intermediari. Il che significa tassi d’interesse meno onerosi per i debitori e ritorni maggiori per i creditori. Chi è in cerca di un prestito inserisce la propria richiesta e il profilo personale in un’apposita lista, sulla quale i prestatori possono fare un’offerta. Vince chi offre il tasso d’interesse più



basso. Per minimizzare il rischio, chi partecipa all'asta fa più puntate. Uno studio di Online Banking Report prevede che per il 2011 i prestiti P2P possano essere più di 100 mila all'anno per un giro d'affari di un miliardo di dollari.

Rimodelare il territorio? Online

Gli architetti di www.cooltownstudios.com fondono il concetto di "crowdsourcing" (delegare a una moltitudine indefinita di individui raccolta online un'attività di solito svolta da un singolo attore), con quello più recente di "placemaking" ("plasmare gli spazi, da luoghi in cui ci si trova a luoghi in cui si ritrova l'anima", secondo la definizione contenuta nel libro *Placemaking: The Art and Practice of Building Communities*).

Nasce così il "crowdsources placemaking": l'opzione data a un gruppo (allargato ma ben definito, creato con chiamata pubblica), di mettere mano in modo condiviso su progetti di reinvenzione del territorio, un tempo destinati a gruppi immobiliari. In pratica, per i Cooltown Studios, si tratta di fare nell'immobiliare quello che Wikipedia ha fatto nell'ambito del sapere raccolto, spazzando le enciclopedie tradizionali (e "verticali").

Le nuove lobby civiche

L'azione condivisa e coordinata di un gruppo può fare la differenza anche nell'ambito delle performances pubbliche. Eventful (<http://eventful.com/>), per esempio, è un sito che consente agli utenti non solo di trovare o segnalare eventi nella loro città o metropoli (al riguardo, è il maggior concentrato di notizie di questo tipo, spaziando da Pechino a Stoccolma, da Boston a Kuala Lumpur), ma anche di richiedere che un certo evento (concerto, festival, rappresentazione teatrale, convegno o seminario che sia), venga ospitato in un certo luogo.

Il meccanismo diviene quasi uno strumento di pressione nei confronti degli artisti, politici, conferenzieri che finiscono per essere indotti a modificare la programmazione delle loro tournée. A oggi, le richieste di questo tipo su Eventful sono oltre 130 mila. Ma stanno crescendo.