

Libertà individuale e etica delle telecomunicazioni

Gianni di Giovanni

Nella tarda modernità il ruolo dell'impresa assume significati nuovi, che travalicano la stessa messa in opera dei processi economico-produttivi, legati alle sole logiche del profitto e dell'interesse, per abbracciare una ben più ampia gamma di funzioni sociali, culturali e politiche precedentemente di esclusiva competenza di alcuni gruppi elitari ristretti. Questa riconfigurazione di ruolo investe l'economia e la geografia complessiva dei soggetti istituzionali che storicamente rispondono ai bisogni della società civile con le sue istanze di democratizzazione e di progresso.

L'impresa ha ormai assunto tutti i caratteri e i crismi di questa nuova istituzionalità e formalizza la sua azione in termini di agente di socializzazione, di propulsore dell'innovazione tecnico-scientifica, di vero proprio catalizzatore di crescita culturale, di plasmatore di stili di vita.

Le scelte di consumo non sono mai neutre, ma implicano l'adesione a un sistema valoriale e simbolico che deve essere metabolizzato e integrato nella nostra visione del mondo.

Si assiste oggi a un processo di modificazione che coinvolge l'identità dell'impresa non solamente a livello di immagine comunicata, ma all'interno di tutte le sue pratiche produttive: dal *knowledge management* agli organigrammi interni, dai fornitori ai distributori finali in *partnership*, tutto è cambiato nella morfologia e nell'impianto valoriale delle moderne organizzazioni produttive.

Nell'*information society* i soggetti coinvolti nella gestione delle infrastrutture e dei contenuti della comunicazione detengono un potere considerevole, che è stato loro delegato dallo Stato e dalle pubbliche amministrazioni non più in grado di gestire gli enormi costi della modernizzazione del paese. Questa delega richiede di essere interpretata nella consapevolezza dei doveri morali e di una responsabilità sociale, connaturati alla funzione strategica della comunicazione. Ciò significa innanzi tutto regolare l'accesso e, quindi, esercitare una funzione di controllo dell'accesso alle reti dell'informazione, possedere di fatto dati di interesse pubblico e privato, con il rischio di utilizzazioni improprie generando problemi legati alla sicurezza e alla sorveglianza.

Il trattamento dei dati sensibili della persona e la tutela della *privacy* rappresentano un terreno minato aperto a possibili abusi. Le possibilità offerte dalla tecnologia digitale e dai sistemi di elaborazione statistica computerizzata permettono di definire nuovi profili socio-psicologici che possono essere utilizzati a fini commerciali con metodologie di *spamming*, fenomeno che originatosi su Internet ha ormai contaminato anche la telefonia cellulare. *Last but not least*, le problematiche connesse alla diffusione di contenuti medial, alla tutela dei minori che la cronaca ha portato alla ribalta in numerose occasioni.

Lo sviluppo di una cultura di Responsabilità sociale delle aziende nasce contemporaneamente all'emergere del mercato dell'ict ed è oggetto di un progetto, fortemente voluto dall'Unione europea, inteso a promuovere uno sviluppo economico sostenibile a livello sociale e ambientale. Il tutto all'insegna della cooperazione e coordinazione tra l'impresa, lo Stato, la pubblica amministrazione e la società civile.

Spetta all'impresa il ruolo di autentico protagonista di progresso sociale e ambientale all'interno di una logica etica dell'azione produttiva.

L'impegno a realizzare uno sviluppo economico sostenibile, integrando nei propri obiettivi di business il rispetto per l'ambiente e lo sviluppo sociale, è la strada che Wind ha deciso di intraprendere, garantendo maggiore trasparenza verso i propri organismi gestionali e rafforzando i propri modelli organizzativi.

Questo nuovo approccio alla gestione di impresa rappresenta una cultura aziendale fondata su valori di serietà, trasparenza e innovazione nei comportamenti concreti.

La sfida allora diventa duplice: da una parte, riuscire a interpretare nelle pratiche del *knowledge management* questi valori; dall'altra, quello di riuscire a trasmetterli all'intera società attraverso la testimonianza della propria filosofia aziendale.

Nel mese di marzo 2002 è stato adottato e diffuso a tutti i dipendenti il "Codice etico" di Wind, allo scopo di assicurarne la corretta comprensione da parte di tutti i partner del Gruppo. La direzione del personale

predispone e realizza, anche in base alle indicazioni del *responsabile auditing* di Wind, un piano annuale di formazione volto a favorire la conoscenza dei principi e delle norme etiche: perciò comprensione e interiorizzazione del "Codice etico" diventano elementi fondamentali e distintivi della qualità del lavoro dell'Azienda. I valori vanno continuamente alimentati con specifici programmi, con obiettivi precisi e attraverso un *management system* capace di interpretare "in itinere" le esigenze comunitarie soprattutto su base locale, nel rispetto delle specificità espresse e radicate nel territorio.

Con la pubblicazione di una "Carta dei servizi" accessibile al pubblico in cui vengono sanciti i criteri generali relativi alla qualità dei servizi, l'Azienda si impegna a sottoscrivere un vero e proprio "contratto etico" nei confronti dei propri clienti.

Il rispetto di un codice etico aziendale e di un impegno pubblico come quello sancito dalla "Carta dei servizi" è certo un compito oneroso per l'Azienda e per il suo management: non si tratta infatti solo di essere in linea con normative e regolamenti, ma di fare di alcuni principi guida una parte integrante della cultura aziendale, attraverso una attività continua di comunicazione e di *management by example*.

Tutto questo si traduce in una motivazione maggiore di chi vi lavora: l'azienda con solidi principi etici è anche quella capace di esprimere eccellenza, di attrarre le persone migliori, di produrre innovazione e gestire conoscenza.

Le politiche ambientali oggi non sono più finalizzate a forme reattive e di controllo, ma sono dirette alla prevenzione e a strategie più ampie, improntate a stimolare la cooperazione tra imprese, enti locali e comunità su obiettivi comuni di sviluppo sostenibile. Anche su questo tema Wind ha saputo sintonizzarsi sulle normative più recenti incontrando la nuova sensibilità del consumatore. L'impegno verso l'ambiente rappresenta un catalizzatore di nuove energie, di idee innovative, capace di mobilitare le persone su un terreno comune di responsabilità.

Lo sviluppo tecnologico si caratterizza come risolutore di tanti piccoli problemi che aiutano a vivere meglio, a migliorare la qualità della vita. Una rincorsa continua, risolto un problema immediatamente se ne affaccia un altro e si apre una nuova sfida: è questo l'ethos della ricerca, un processo sui successivi assestamenti. La tecnologia non arriva sulla terra grazie a un regalo divino, ma rappresenta il frutto di un lavoro complesso e tutto umano. L'uomo certamente non ha come scopo quello di creare soluzioni distruttive, autolesioniste; demonizzare la tecnologia rappresenta in qualche modo una mitizzazione di segno negativo: in realtà chiarificando i contorni razionali della tecnica se ne scopre il lato più razionale e assai meno mefistofelico. Occorre demistificare il mito oscuro, apocalittico, di una tecnologia vocata alla negatività.

Nel settore It è in atto una vera rivoluzione, con effetti di grande portata in ogni campo delle attività umane. A determinarla sono fattori diversi e concomitanti: progressi eccezionali delle tecnologie hardware e software, diffusione dei personal computer, convergenza tra informatica e telecomunicazioni. Internet è il simbolo e la forza trainante di questa fase.

Nell'ottica di una sempre maggiore trasparenza tra l'infrastruttura tecnologica e l'utilizzatore finale, occorre tessere attorno all'individuo una rete di risposte rispetto alle esigenze del pubblico.

Il sistema "I-mode" è la configurazione paradigmatica della convergenza nelle telecomunicazioni: una piattaforma software che consente di distribuire sul telefonino i contenuti con la maggiore facilità possibile. I contenuti vengono diffusi secondo la mappa culturale, cognitiva dell'interlocutore. Si tratta di modificare il processo di lettura dei contenuti. Leggere un giornale è differente dal navigare su Internet: gli stessi contenuti, quando vengono veicolati su un altro mezzo di comunicazione, devono essere confezionati in modo diverso. Il telefonino deve veicolare notizie in aggiornamento continuo: quasi lanci di agenzia.

Il nostro intento non è certo quello di diventare una sorta di orwelliano grande fratello che conosce le esigenze di tutto il pubblico: noi siamo semplicemente un ponte tra contenuti e pubblico. Ovviamente abbiamo essere un punto stabile, affidabile, funzionale e collocato nel punto giusto. In questo senso non parliamo più di telefonia mobile, ma piuttosto di telefonia personale. Uno strumento che rende possibile di limitare il più possibile lo sforzo di accesso all'informazione. Si tratta di aiutare i *content providers* a veicolare in modo più efficace e performativo l'informazione. Il telefonino diventa un *problem solver portatile* dell'informazione. Un *passé-partout tascabile* dell'informazione, a disposizione in qualsiasi situazione di gioco, di lavoro, di tempo

libero. Si tratta di interpretare la tecnologia non solo come miglioramento della qualità della vita, ma anche come guadagno di tempo, abolizione dei tempi morti. La libertà individuale è il canone etico che connota l'utilizzo delle piattaforme di comunicazione mobili.

Le tecnologie dell'informazione stanno creando una dimensione per così dire "virtuale", nella quale molte attività possono essere svolte con risparmi sensibili di energia e con un impatto minimo sull'ambiente. Si pensi, per esempio, alla possibilità di limitare i trasferimenti fisici di persone e cose attraverso sistemi di videoconferenza, telelavoro, commercio elettronico, home banking, servizi di rete offerti dalle pubbliche amministrazioni.

Le grandi trasformazioni indotte dalla diffusione delle nuove tecnologie informatiche appaiono tutte in sintonia con un modello di sviluppo che non compromette le opportunità delle future generazioni, per mezzo di uno sviluppo sostenibile.

È una visione improntata a una fiducia nei mezzi a nostra disposizione, che tuttavia non ci porta a sottovalutare i grandi cambiamenti economici e sociali necessari ad avviare uno sviluppo sostenibile. Troppo spesso nei dibattiti sull'ambiente si contrappongono l'ottimismo dei "modernisti" e il pessimismo di chi propone un improbabile ritorno alla natura. Mi pare ci si debba orientare verso una visione più matura e realistica. Le tecnologie avanzate sono fondamentali: senza di esse non sarebbe possibile trovare un punto di incontro tra le esigenze dello sviluppo economico e quelle della tutela ambientale.

Questo però non significa che il progresso tecnico-scientifico risolverà automaticamente tutti i grandi problemi del pianeta.

Tradurre la tecnologia in nuovi modelli di sviluppo comporterà scelte importanti e l'impegno di tutti gli attori in gioco: governi, comunità e imprese. Saranno quindi importanti i *valori* alla base di queste scelte.

Sarà importante che si affermi una etica comune, condivisa e praticata con impegno e rigore, senza la quale nessuna tecnologia potrà consentirci di progredire autenticamente.

In conclusione, ritengo di poter affermare che il caso di Wind, nell'ambito del dibattito su "etica e tecnologie", possa presentare due motivi di interesse: uno è l'innovativa adesione alla costruzione di una nuova cultura di "responsabilità sociale", con la costituzione di una funzione dedicata alla "Corporate Social Responsibility" che, assicurandone la diffusione all'interno di tutte le attività aziendali, si occupa di organizzare, realizzare e monitorare iniziative e progetti di impatto sociale e ambientale; l'altro è il fatto che Wind opera in un settore, quello delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, il cui sviluppo determina prospettive nuove anche per quanto riguarda la tutela dell'ambiente e del patrimonio artistico-culturale.