

Bill Gates  
Fondatore  
Microsoft



Francesco Morace  
Presidente  
Future Concept Lab



Larry Page e Sergey Brin  
Fondatori  
Google

# PUT THE ENTIRE WORLD ONLINE

*Google e Facebook, ci risiamo. I colossi del mondo digital studiano da social changer e decidono di inoltrarsi in un progetto che, nel giro di qualche anno, potrebbe rivoluzionare il mondo della digital communication: garantire all'umanità intera una connessione internet globale.*

di SIMONE PANZERI





**Mark Zuckerberg**  
CEO e Fondatore  
Facebook



**Maurizio Decina**  
Professore ordinario  
Politecnico di Milano

➔ Utopia o progetto realizzabile lo si vedrà col tempo. Creare possibilità di navigare in internet, tuttavia, in una realtà globale in cui 2 persone su 3 non godono dell'accesso alla rete informatica, presupporrebbe il non limitarsi a fornirne l'accesso, bensì studiare un programma di sostegno totale per l'intera implementazione digital (disponibilità di pc, tra gli altri). I due progetti rispondono al nome di Internet.org e Project Loon, il primo lanciato da Facebook, l'altro, invece, da Google. Il binomio "Goocebook" tenta in maniera differente di raggiungere lo stesso obiettivo: ridurre il cosiddetto digital divide, un progetto ambizioso, di sicura utilità ma forse, come afferma il Fondatore di Microsoft, Bill Gates, di non primaria necessità in questa contingenza storico-politica: "When you're dying of malaria, I suppose you'll look up and see that balloon, and I'm not sure how it'll help you" e prosegue "When a kid gets diarrhea, there's no website that relieves that". Ma vediamo nel dettaglio in cosa consistono i due progetti sin qui solo citati.

#### INTERNET.ORG E PROJECT LOON

Da una parte Internet.org, in cui Facebook, Samsung, Qualcomm, Opera, Mediatek, Ericsson e Nokia mirano a portare in rete 5 miliardi di persone, prevedendo tre azioni principali: abbassare i costi della navigazione in mobilità nei Paesi in via di sviluppo, ridurre la quantità di dati usati dalle applicazioni e promuovere nuovi modelli di business che facilitino la diffusione del web nelle aree più povere. Facebook, dal canto suo, curerà gli accordi con gli operatori della telefonia mobile mentre le altre grandi multinazionali si impegneranno attivamente relativamente alle loro specifiche aree di competenza, dalla costruzione di linee telefoniche a tutti i servizi hi tech necessari

alla buona riuscita del progetto. Mark Zuckerberg, in un'intervista rilasciata a Wired, chiarisce subito cosa l'abbia spinto a lanciare il progetto Internet.org, dichiarando che "chiunque abbia un telefono dovrebbe avere il diritto di accedere a internet. La gente parla del grande cambiamento che i social media hanno portato alla nostra cultura qui negli Stati Uniti. Immaginate che cambiamento molto più ampio avverrebbe se un paese in via di sviluppo fosse online per la prima volta. Usiamo cose come Facebook per condividere notizie e per restare in contatto con i nostri amici, ma in quei paesi lo utilizzerebbero per decidere che tipo di governo vogliono avere. Avere accesso alle informazioni per la salute per la prima volta, essere connessi con qualcuno che abita a migliaia di chilometri in un villaggio diverso che non vedono da un decennio. Questa è una delle sfide principali della nostra generazione, ed è meraviglioso vedere società che uniscono le forze per risolvere questo problema".

Google, invece, pensa sia effettivamente possibile costruire un anello di palloni che volano attorno al globo sfruttando i venti stratosferici e forniscono l'accesso a internet ai territori sottostanti. Siamo davvero solo agli inizi ma è già stato costruito un sistema che utilizza palloni sospinti dal vento a un'altitudine doppia rispetto a quella utilizzata dagli aerei commerciali, per fornire l'accesso internet a terra a una velocità simile a quella delle attuali reti 3G o ancora più veloce. Google spera che i palloni possano diventare un'opzione per connettere regioni rurali, aree remote o malservite e per contribuire a rendere possibili le comunicazioni in caso di disastri naturali. L'idea può sembrare un po' folle - questa è una delle ragioni per cui il progetto si chiama Loon (che in inglese

significa "matto") - e soggetto a numerose variabili quali correnti, temperature troppo basse e assenza di protezione dai raggi uv, senza contare gli alti costi necessari per la manutenzione delle mongolfiere e, addirittura, le autorizzazioni del traffico aereo. Il primo test operativo è stato lanciato a giugno di quest'anno in Nuova Zelanda con una trentina di palloni. Simona Panseri, Direttore Comunicazione di Google Italia commenta: "In futuro vorremmo creare altri progetti pilota in paesi che si trovano alla stessa latitudine della Nuova Zelanda. Vogliamo anche trovare dei partner per la fase successiva del nostro progetto; non vediamo l'ora di ricevere riscontri e idee dalle persone che stanno lavorando da ben più tempo di noi sull'immenso problema di offrire l'accesso a internet nelle aree rurali e remote. Immaginiamo che un giorno potrete usare il vostro telefono cellulare con

**LA GENTE PARLA DEL GRANDE CAMBIAMENTO CHE I SOCIAL MEDIA HANNO PORTATO ALLA NOSTRA CULTURA QUI NEGLI STATI UNITI. IMMAGINATE CHE CAMBIAMENTO AVVERREBBE SE UN PAESE IN VIA DI SVILUPPO FOSSE ONLINE PER LA PRIMA VOLTA**

## ➔ I PROGETTI FALLITI IRIDIUM, ICO GLOBAL COMMUNICATIONS E GLOBALSTAR

Globalstar, rete di telecomunicazioni europea, è il primo esempio di progetto di telefonia satellitare e trasferimento dati a bassa velocità in orbita terrestre (LEO) fallito. Lanciato nel 1991 come joint venture di Loral Corporation e Qualcomm, il 24 marzo 1994 definisce la partecipazione finanziaria di altre otto aziende, comprese Alcatel, AirTouch, Deutsche Aerospace, Hyundai e Vodafone. La prima chiamata sul sistema originale Globalstar fu effettuata il 1° novembre 1998, dal Presidente di Qualcomm Irwin Jacobs a San Diego all'Amministratore Delegato di Loral Space & Communications Bernard

Schwartz a New York. Nell'ottobre 1999, il sistema si attivò con dei "friendly user" con 44 satelliti su 48 pianificati. Nel dicembre 1999, il sistema cominciò, invece, a offrire un servizio commerciale limitato a 200 utenti con tutti i 48 satelliti (nessun ricambio in orbita). Nel febbraio 2000, iniziò il servizio commerciale completo con i 48 satelliti e 4 ricambi in Nord America, Europa e Brasile. Le tariffe iniziali erano di \$1,79 al minuto. Olof Lundberg, Presidente e Amministratore Delegato, veterano delle telecomunicazioni satellitari, si dimise il 30 Aprile 2003 (società in fallimento). Nel 2011 Globalstar cominciò a licenziare il personale della succursale canadese per ridurre i costi e ristrutturare la società, nel 2013, tuttavia, è stato lanciato con successo, il razzo Soyuz dal cosmodromo russo di Baikonur, nel Kazakistan: si tratta dell'ultimo dei quattro lanci previsti per un totale di 24



satelliti Globalstar di seconda generazione. L'obiettivo era quello di sostituire la flotta di prima generazione lanciata dal 1998 al 2000, che ha quindi mancato il proprio obiettivo iniziale, al pari di Iridium, rilanciato dopo il fallimento della società originaria per fornire servizi a

un limitato numero di utenti professionali, tra i quali spiccano le Forze Armate degli Stati Uniti, e Ico Communications, l'unico basato su satelliti in orbita media (MEO) che, con il cambio di nome della società, ha definitivamente abbandonato il progetto per il quale era nato.

il vostro gestore per collegarvi ai palloni e avere la connessione nelle aree in cui oggi non c'è proprio". Un grande progetto per un grande problema, insomma.

### MARKETING SOCIALE, A METÀ

Philip Kotler, indicato come il quarto "guru del management" di tutti i tempi dal Financial Times (dopo Jack Welch, Bill Gates e Peter Drucker) e acclamato come "il maggior esperto al mondo nelle strategie di marketing" dal Management Centre Europe, sostiene che è da considerarsi "marketing sociale" l'utilizzo delle strategie e delle tecniche del marketing per influenzare un gruppo target ad accettare, modificare o abbandonare un comportamento in modo volontario al fine di ottenere un vantaggio per i singoli individui o la società nel suo complesso". Ma da cosa sono mossi i due colossi digital in questa corsa alla global connection? Nonostante si possano facilmente intuire le motivazioni, ci pensa Stephen Elop, ex CEO di Nokia, partner nell'iniziativa di Internet.org a fugare ogni dubbio, prevedendo che "l'accesso universale a internet sarà la prossima grande Rivoluzione Industriale". Mr Facebook potrebbe convertire i potenziali "nuovi" 5 Billions di user in altrettanti Billions, di dollari: una partnership tra le potenze del settore digital per una buona causa senza dimenticare le casse. Zuckerberg, tut-

tavia, risponde che "se avessimo voluto solo focalizzarci su fare soldi, la giusta strategia per noi sarebbe stata quella di concentrarci solo sui paesi sviluppati e sulla gente che già è connessa a Facebook, aumentando la loro partecipazione invece che pensare a come dare accesso a tutti gli altri".

### PARERI - TERZI - A CONFRONTO

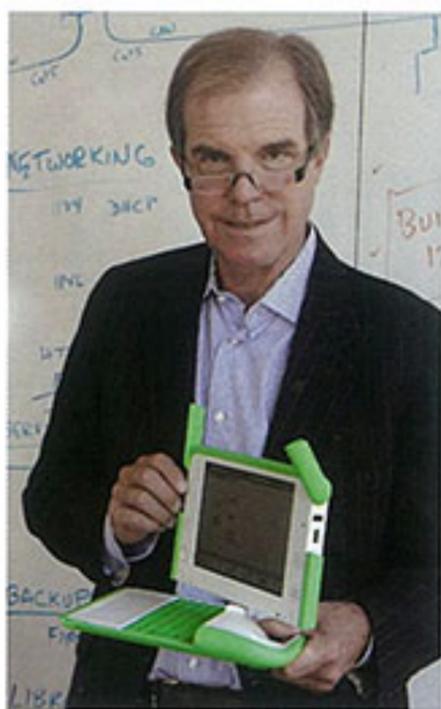
Maurizio Decina, Professore ordinario al Politecnico di Milano e Francesco Morace, Presidente di Future Concept Lab si sono espressi su entrambe le iniziative con pareri piuttosto differenti, approcciando ora un'analisi tecnica, ora un'analisi socio-culturale dei due progetti. Decina pensa che le criticità maggiori del Project Loon di Google siano rappresentate dal numero di palloni aerostatici disponibili, dalla loro mobilità e dal limitato controllo che si avrebbe della loro traiettoria in volo. L'aspetto positivo, invece, consisterebbe nella rinnovata tradizione di Google nell'inoltrarsi in sperimentazioni, fungendo anche da forte stimolo per altri competitor, modalità "We show you the way", a cui la concorrenza non può far altro che soccombere o rilanciare in grande stile. Per quanto concerne la proposta di Facebook, conclamato brand di successo, invece, lo stesso Professore parla di un'iniziativa più strutturata e definita rispetto a quella di Google, soprattutto per la concretezza degli



➔ **L'INIZIATIVA  
DI NICHOLAS  
NEGROPONTE**  
**OLPC:  
ONE LAPTOP PER CHILD**

One Laptop Per Child, nata sulla base di un'illuminazione di Nicholas Negroponte, l'allora direttore del MediaLab del MIT, è stata fondata nel 2005 da varie organizzazioni sponsor tra le quali Google, Red Hat, AMD, BrightStar, News Corp e Nortel Networks. Ciascuna azienda ha donato due milioni di dollari. L'obiettivo era la progettazione e la produzione di un computer portatile a basso costo (meno di 100 dollari dell'epoca)

L'anno seguente Nicholas Negroponte e Kofi Annan hanno mostrato un prototipo funzionante del "100



laptop" al World Summit on the Information Society a Tunisi. Il 19 febbraio 2007 l'organizzazione affermò di aver inviato un primo ordinativo di un milione di computer a Quanta Compu-

ters. Il prezzo di un singolo sistema era di 130 dollari e la fornitura avrebbe soddisfatto le richieste di Argentina, Brasile, Libia, Nigeria, Ruanda, Thailandia e Uruguay. I laptop presentati dal team di Negroponte, basati su programmi open source, processore low-cost Geode erano alimentati con batteria interna ricaricabile con una manovella (non presente nella versione definitiva del laptop XO-1), batteria auto, trasformatore di rete. Per ridurre i costi fu previsto che venissero distribuiti in grandi quantità a scuole o altre organizzazioni a un prezzo figurativo. Dopo il progetto OLPC sono nate diverse altre iniziative e prodotti simili, destinati a scuole, governi e organizzazioni educative. In una recente intervista Negroponte ha dichiarato che uno dei più grandi errori fatti con l'OLPC è stato quello di affidarsi (e progettare) il sistema

operativo Sugar-OS, basato su Linux e fornito preinstallato con i piccoli XO. Sugar ha un'interfaccia pensata per bambini completamente acerbi di informatica ed offre tutta una serie di tools e programmi educativi. Nonostante questo, si legge nell'intervista rilasciata a ZDNet, sarebbe stato più produttivo affidarsi a un ambiente Linux già affermato e offrire Sugar OS come una semplice applicazione da lanciare all'occorrenza.

Nicholas non è l'unico a parlare del parziale insuccesso del progetto OLPC. Wayne Vota di OLPC News ha riferito in questi giorni che l'errore più grande è stato chiamare l'XO "il laptop da 100 dollari", un prezzo che si sapeva sarebbe stato difficile da proporre. L'XO non è mai sceso sotto i 200 dollari, anche perché, a detta di Vota, il suo valore è sempre stato superiore a quello dichiarato.

obiettivi prefissati:

- 1) abbassare i costi della navigazione in mobilità nei Paesi in via di sviluppo,
- 2) ridurre la quantità di dati usati dalle applicazioni,
- 3) promuovere nuovi modelli di business che facilitino la diffusione del web nelle aree più povere.

Il terzo obiettivo potrà essere perseguibile, comunque, non prima di aver risolto una divergenza di interessi tra gli operatori di telefonia mobile e chi, invece, realizza app telefoniche. In conclusione Decina tiene a chiarire come ogni progetto di questa portata sia destinato a fallire laddove non ci fosse l'imprescindibile sostegno dei governi dei paesi coinvolti. Il breve scambio con Francesco Morace, invece, ci ha permesso di analizzare i due progetti da un'angolazione diametralmente opposta, meno tecnica e con un risvolto più antropologico. È lo stesso Morace a essere piuttosto aperto e entusiasta: che si tratti di mera operazione di marketing o lodevole azione umanitaria, sarebbero comunque iniziative di importanza incommensurabile: partendo dalla sua diretta esperienza nelle disagiate realtà del Brasile più povero, quello delle favelas, egli sottolinea gli effetti estremamente positivi che ha portato l'immissione della banda larga nel paese. Internet è tra i maggiori responsabili dell'esponenziale crescita del

livello di alfabetizzazione permettendo, in molti casi, l'apprendimento della lingua inglese da parte dei ragazzini brasiliani altrimenti estromessi da ogni forma di interazione con il resto del mondo, formando, naturalmente, la coscienza culturale e storica di un'intera nazione. Queste dinamiche - continua Morace - non sono proprie del solo Brasile ma vanno progressivamente diffondendosi in diverse parti dell'Africa cosicché il fenomeno del digital divide si possa, seppur lentamente, assottigliare sempre più. Occorre, dunque, non demonizzare il business che questi progetti potrebbero fruttare alle grandi multinazionali, l'unico problema che Morace intercetta è, in prospettiva, la gestione di questi grandi player internazionali, evitando cioè una condizione di duopolio. In conclusione, sociologicamente parlando, questi progetti seppur ancora sperimentali, vengono definiti "la classica logica win win".

#### IN CONCLUSIONE

Risolvere queste global issue non è semplicemente una questione di tempo: è necessario analizzare il problema dell'accesso a internet da un nuovo punto di vista: Facebook e Google tentano di dare risposte. È tuttavia necessario un involvement ad ampio raggio, a partire da un deciso e coeso progetto di cooperazione tra gli organi politici di tutti gli Stati coinvolti.