



La Repubblica - 2000-27-01

Original url :

http://www.repubblica.it/online/tecnologie_internet/etoy/etoy/etoy.html

Un gruppo di artisti con una colpa: chiamarsi come una multinazionale. Che decide invano di schiacciarli

LA GRANDE GUERRA DI ETOY CONTRO ETOYS

La più feroce battaglia mai combattuta sul web è finita con la sconfitta del colosso dell'e-commerce

di DARIO OLIVERO

E' stata una guerra, anche se molti, la maggior parte del pianeta, non sapeva che si stava combattendo. Si chiamava "Toywar", si è combattuta sul web, hanno vinto i più deboli, una multinazionale ne è uscita sconfitta, chiedendo scusa e ritirandosi su tutta la linea. Ora i vincitori gridano: "I soldi sono l'oggetto dei desideri, ma l'arte è ciò per cui saremmo disposti a uccidere. Grazie per aver volato con noi". I vincitori sono gli artisti di etoy, la multinazionale è il gigante dell'e-commerce Etoys che ha perso la battaglia legale per far ritirare il marchio ai primi. Dovrà pagare le spese legali di una battaglia durata quattro mesi.

La storia è questa: nel 1994 sette artisti, tra cui un italiano, fondano un gruppo che chiamano "etoy". Fanno arte sul web in un periodo in cui Internet è una grande autostrada lentissima e vuota usata da militari, informatici, studiosi e, appunto, artisti. Vanno alla grande tra gli adepti della Rete, ottengono riconoscimenti, fanno un tipo di arte che per qualcuno è vero e proprio hackeraggio, per altri è la frontiera. Un'idea dei loro lavori la si può comunque trovare sul loro sito.

Nel settembre del 1999 la multinazionale che vende giocattoli online "Etoys" - fondata nel 1997 (come si vedrà le date hanno una certa importanza) - si accorge che c'è un dominio che assomiglia molto, troppo, al suo. Il megagruppo californiano lo si trova digitando sulla tastiera "Etoys.com", quello degli artisti digitando "etoy.com". Per quella "s", Etoys va all'attacco. I suoi legali sostengono che il sito di etoy potrebbe turbare qualche bambino che, per errore, dimenticando di battere la "s" finale dell'indirizzo, si imbattesse nei lavori degli artisti che usano un linguaggio a dir poco forte. Detto fatto: dopo un mese la corte di Los Angeles ingiunge a Etoy di chiudere il sito, pena una multa di 10 mila dollari al giorno se continueranno.

Sembra fatta: la multinazionale, nata tre anni dopo il gruppo di artisti e che ha un indirizzo Internet peressoché identico, ha vinto. Invece, incomincia la guerra. Gli artisti si spostano su un altro sito, in esilio. Poi lanciano una e-mail in cui denunciano quello che è appena successo. La posta elettronica, come un messaggio nella bottiglia affidata al mare del web, gira, finisce nelle newsletter, se ne parla nei gruppi di discussione, fa indignare, fa arrabbiare. Succede tutto in 24 ore: la lettera ha fatto il giro del mondo, i ragazzi di etoy hanno trovato compagni ovunque, molti sono pronti alla guerra. "Toywar" è incominciata.

Un esercito di 800 agenti che diventano in un soffio più di duemila, arruolati nei siti web dai nomi inequivocabili che ontengono insulti alla corporation. Chi vuole appoggiare la causa di etoy può farlo registrandosi tra i sostenitori, oppure direttamente con azioni di disturbo al nemico come l'invio di e-mail, l'intasamento dei circuiti del commercio online. Per ogni azione di sabotaggio telematico, un soldato guadagna punti. L'obiettivo è far crollare l'immagine di Etoys, sciomiottarne la strategia commerciale, boicottarne il messaggio. E contemporaneamente crescerà l'immagine di un gruppo di artisti conosciuto solo dagli addetti ai lavori.

Mano mano che crescono i soldati di etoy, crescono le migliaia di dollari che Etoys è disposta a dare agli artisti per comprare il loro dominio e chiudere questa storia che incomincia a diventare fastidiosa: 160 mila dollari (più di 300 milioni di lire) diventano 400 mila (quasi un miliardo), un record assoluto per l'acquisto di un indirizzo Internet, a pochi mesi dall'inizio di "Toywar".

Ma per i ragazzi di etoy e per tutta la comunità del web che li appoggiava, non era questione di soldi: volevano le scuse della multinazionale, volevano dimostrare che si poteva vincere una guerra contro un nemico più forte e più potente.

Alla fine, il grande Golia ha scricchiolato. La Borsa incominciava a non gradire questa spina nel fianco in una così promettente società lanciata verso il futuro del commercio online. E alla fine Etoys, con l'ultimo fiato rimastole dopo i ripetuti assalti dei guerriglieri, ha detto basta, ha chiesto scusa. Si è ritirata, pagherà i 40 mila dollari di spese legali e gli artisti di etoy torneranno dall'esilio. Il loro sito sarà riattivato.

I soldati che hanno combattuto contro il colosso riceveranno premi, riconoscimenti e medaglie. La guerra è finita, hanno vinto i più deboli. Etoy ringrazia e non concede al nemico neanche l'onore delle armi. Parlando con il suo stesso linguaggio, un portavoce del gruppo dichiara: "E' stato un piacere fare affari con uno dei più grandi giganti dell'e-commerce".