

PERCHÉ NON DOBBIAMO CREDERE A CHI PENSA
CHE LA RETE POSSA RISOLVERE OGNI PROBLEMA

EVGENY
MOROZOV

Internet
non salverà
il mondo

STRADE
BLU

MONDADORI

LDB



Il libro

Nell'utopia dei *geek*, i fanatici della tecnologia digitale, in un futuro molto prossimo poderosi sistemi informatici di raccolta dati e misurazioni statistiche consentiranno di monitorare ogni aspetto della nostra vita, fornendo risposte risolutive a tutte le più scottanti questioni del nostro tempo, dalla povertà all'inquinamento, dalla corruzione alla criminalità, dall'obesità allo smaltimento dei rifiuti. Questo «grande esperimento migliorativo» è visto come un processo ineluttabile e definitivo, e segnerà una svolta epocale nella storia dell'umanità.

L'obiezione mossa da Evgeny Morozov a questa straordinaria quanto ingenua prospettiva di perfezionamento telematico del pianeta parte dalla critica ai due cardini ideologici che la sostengono. Da un lato il «soluzionismo», ovvero l'idea che per qualsiasi problema esiste un rimedio digitale; dall'altro l'«internet-centrismo», ovvero la teoria per cui tutti gli ambiti dell'esistenza, per diventare migliori, devono modellarsi sulle caratteristiche della Rete, evitando in ogni modo di intralciarne o limitarne l'ecosistema.

Consapevole di fronteggiare un nemico agguerrito e subdolo, Morozov si propone di smascherare l'idolatria di «Internet», che propone il miraggio di una vita individuale e sociale, fisica e psicologica, senza intralci. L'illusione che tutto possa essere corretto e sanato può infatti avere effetti disastrosi sulla capacità dell'uomo di convivere con la complessità.

Lo «scettico della rete» Morozov, pur non rifiutando totalmente il mondo digitale, sottolinea la drammatica necessità di approfondire il dibattito sulle tecnologie e di problematizzarne la discussione affinché si recuperino i valori propri di un'umanità difettosa e non «aggiustabile» digitalmente: perché, ci ricorda, «l'imperfezione, l'opacità, il disordine e l'opportunità di fare la cosa sbagliata sono elementi costitutivi della libertà umana, e qualunque sforzo miri a sradicarli finirà per sradicare anche quella libertà».

L'autore



Evgeny Morozov, politologo, sociologo e studioso di media bielorusso, è autore del best seller internazionale *L'ingenuità della rete* (Torino 2011). Dottorando presso la Harvard University, è inoltre senior editor di «The New Republic» e collabora regolarmente con diverse testate giornalistiche, fra cui «The New Yorker», «Slate», «Frankfurter Allgemeine Zeitung», «El País» e, in Italia, «Corriere della Sera». Diversi suoi articoli sono apparsi anche su «New York Times», «Financial Times», «Wall Street Journal», «Guardian» ed «Economist».

Evgeny Morozov

INTERNET NON SALVERÀ IL MONDO

*Perché non dobbiamo credere a chi pensa
che la Rete possa risolvere ogni problema*

MONDADORI

Traduzione di Gianni Pannofino

Internet non salverà il mondo

Ai miei genitori

Introduzione

In un'era di tecnologia avanzata
l'inefficienza è peccato contro lo
Spirito Santo.

ALDOUS HUXLEY ¹

La complessità, nelle mani giuste,
è un problema risolvibile.

JEFF JARVIS ²

Alla Silicon Valley si possono imputare molti peccati, ma non quello della mancanza di ambizione. Al contrario, se si ascoltano i suoi più reboanti apostoli, la Silicon Valley non fa che risolvere problemi creati da altri: gli avidi banchieri di Wall Street, magari, o gli ignoranti perdigiorno di Washington, DC.

«La tecnologia, in verità, non è più tanto una questione di hardware e software. Ha piuttosto a che fare con la raffinazione e l'utilizzo di questa enorme massa di dati per fare del mondo un posto migliore» ha dichiarato Eric Schmidt, ³ presidente esecutivo di Google, davanti a una platea di studenti del MIT nel 2011. Mark Zuckerberg, il fondatore di Facebook, che con la sua società si propone di «rendere il mondo più aperto e connesso», ⁴ concorda. «Quando ci svegliamo al mattino il nostro primo pensiero non è quello di fare soldi» ⁵ affermava pochi mesi prima che le quotazioni di borsa della sua società, in precipitoso declino, dimostrassero a chiunque non fosse suo fan sfegatato che la strada di Facebook e quella di fare soldi si erano ormai separate da tempo. Che cos'è, allora, che spinge Zuckerberg ad alzarsi dal letto? Lo ha rivelato lui stesso al pubblico del festival «South by Southwest» nel 2008: è il desiderio di risolvere problemi globali. «Il mondo ha tanti grandi problemi da risolvere, e noi, come società, stiamo cercando di costruire un'infrastruttura con cui alcuni di questi problemi potranno essere risolti» annunciava Zuckerberg. ⁶

Negli ultimi anni, lo slogan preferito nella Silicon Valley ha subito un tacito cambiamento: da «innovazione o morte!» a «miglioramento o morte!». Nello schema generale di tutte le cose, non importa quali siano quelle che vengono perfezionate: l'importante è essere in grado di cambiarle, convincere gli esseri umani ad agire in modi più responsabili e sostenibili, per massimizzare l'efficienza. Idee strampalate che apparirebbero come enormità persino agli ingenui frequentatori delle TED Conferences – una sorta di Woodstock dell'estenuazione intellettualistica – trovano comodamente posto nei piani d'impresa della Silicon Valley. «Più in forma, più felici, più produttivi» – il

molto gradevolmente deprimente di un celebre pezzo dei Radiohead della metà degli anni Novanta – fungerebbe da ideale insegna di benvenuto nelle sedi centrali delle sue tante istituzioni digitali. La tecnologia può renderci migliori, e ci renderà migliori. O, come direbbero i *geek*, i fanatici della tecnologia, dato un numero sufficiente di app, non c'è bug dell'umanità che non appaia banale.

La California, naturalmente, non ha mai sofferto di deficit di ottimismo o presunzione, ma le possibilità aperte dalle più recenti innovazioni sono tali da indurre anche i più pragmatici e prudenti tra i capitalisti di ventura a mettere mano al portafogli. In fondo, quando mai si ripresenterà l'occasione di diventare ricchi salvando il mondo? In quale altro modo si potrebbe provare il brivido di lavorare per un'agenzia umanitaria (ma senza la burocrazia e i continui viaggi, e con un compenso di gran lunga più cospicuo)?

Come si concluderà quest'orgia di miglioramento? Otterrà davvero qualche risultato? Un modo per scoprirlo consiste nel portare teoricamente alle estreme conseguenze alcune di queste nascenti spinte al perfezionamento. Se la Silicon Valley avesse una futurologa ufficiale, la sua luminosa visione del prossimo futuro – intorno al 2020, poniamo, o giù di lì – sarebbe facile da indovinare. Reciterebbe più o meno così: l'umanità, dotata di potenti dispositivi di self-tracking (automonitoraggio), sconfiggerà finalmente l'obesità, l'insonnia e il riscaldamento globale, dato che tutti mangeranno meno, dormiranno meglio e controlleranno in modo più efficace le proprie emissioni inquinanti. Anche la fallibilità della memoria umana verrà sconfitta, perché gli stessi dispositivi di monitoraggio registreranno e immagazzineranno tutto quello che facciamo. Chiavi dell'auto, facce, fattoidi: non li dimenticheremo più. Inutile farsi prendere, come Proust, dalla nostalgia per le *petites madeleines* che avete divorato da bambini; quel momento è di certo immagazzinato da qualche parte sul vostro smartphone – o, più probabilmente, nei vostri occhiali intelligenti onniregistranti – e potrete così smettere di fantasticare e recuperarlo in modo semplice e immediato. Per qualunque evenienza potrete contare su Siri, il fidato assistente vocale di Apple, il quale vi rivelerà la verità che ai tempi non avevate voluto ammettere: tutte quelle *madeleines* hanno fatto aumentare vertiginosamente il vostro tasso di glucosio nel sangue, e sarebbe stato meglio farne a meno. Scusa, Marcel!

La politica, finalmente sottoposta al costante e approfondito scrutinio dell'elettorato, sarà libera dalla sordida corruzione, dagli accordi sottobanco, dall'inefficiente mercato delle vacche. I partiti si disgregheranno, sostituiti da iniziative politiche stile Groupon i cui utenti si riuniranno – *una tantum* – per influenzare decisioni che abbiano una diretta e immediata rilevanza nella loro vita, e si disperderanno subito dopo. Quando ogni parola – anzi, ogni emissione

sonora – dei politici sarà registrata e immagazzinata per i posteri, anche l'ipocrisia diventerà obsoleta. I lobbisti di qualunque settore si estingueranno con l'aumento delle informazioni sui politici – impegni, menu, spese di viaggio – postate online e accessibili a tutti.

Dato che i media digitali facilitano la partecipazione, saranno sempre più numerosi i cittadini che smetteranno di andare al bowling da soli e cominceranno a bloggare in compagnia. Anche chi in passato non si è mai curato di andare a votare avrà finalmente i giusti incentivi per farlo – ovviamente, nell'ambito di un gioco online in cui si accumulano punti per aver contribuito a salvare l'umanità – e si affretterà a usare il proprio smartphone per «presentarsi» alla cabina elettorale. ⁷ Per fortuna, arrivarci non sarà più un problema: ci saranno automobili semoventi per portare le persone da un posto all'altro. Le strade saranno pulite e splendenti: anche la loro manutenzione rientrerà in un complesso gioco online. Gli appelli al civismo e alla responsabilità rivolti ai concittadini scompariranno: del resto, quale funzione avrebbero, visto che è molto più efficace indurre la gente all'azione facendo leva sulla loro brama di punti, bollini e valuta virtuale?

Il crimine sarà un ricordo lontano, e i tribunali avranno personale in esubero e poco lavoro. Tanto l'ambiente fisico quanto quello virtuale – pareti, pavimenti, porte, schermate di accesso – saranno «smart», ossia avranno incorporato la pletora di dati prodotti dai dispositivi di self-tracking e dai servizi di social networking, tanto da riuscire a predire e prevenire il comportamento criminoso attraverso la semplice analisi dei loro utenti. E siccome gli utenti non avranno praticamente modo di commettere reati, non ci sarà più bisogno neanche delle carceri. Un trionfo dell'umanismo, gentilmente offerto dalla Silicon Valley.

E poi ci sarà il nuovo e fiorente «mercato» delle «idee». Finalmente, la parola «mercato» non sembrerà più fuori luogo; al contrario, le istituzioni culturali non saranno mai state così efficienti e sensibili alle leggi della domanda e dell'offerta. I giornali non pubblicheranno più articoli a cui i loro lettori non sono interessati: la proliferazione del self-tracking, in combinazione con i dati prodotti dalle attività di social networking, garantirà a ciascuno la lettura di un giornale altamente personalizzato (parola per parola, addirittura!) che genera il massimo gradimento possibile. Non ci sarà articolo che non riceverà il suo click, non ci sarà titolo che non verrà ritwittato; nei pochi secondi che trascorrono tra il click su un certo link e il caricamento della pagina da parte del browser, verranno generati articoli mirati e personalizzati.

Salirà alle stelle il numero dei libri pubblicati – la maggior parte dei quali in autoedizione – e anche in questo caso la perfetta efficienza sarà la norma. Molte opere offriranno anche finali alternativi – e in tempo reale! – sulla base di ciò

che l'attività oculare dei lettori permetterà di desumere riguardo al loro umore. Hollywood sarà viva e vegeta: quando tutti porteranno gli occhiali intelligenti, un film potrà avere un numero infinito di finali alternativi, a seconda del particolare stato d'animo degli spettatori. Non esisteranno più i critici di professione, sostituiti prima dal «pubblico», poi da algoritmi e, infine, da recensioni algoritmiche personalizzate, in modo che abbiano attinenza con i vari finali alternativi personalizzati. Anche le pubblicazioni culturali più all'avanguardia faranno uso di algoritmi per scrivere recensioni di brani musicali composti da altri algoritmi. Non tutto, però, cambierà: proprio come oggi, il sistema avrà bisogno di esseri umani imperfetti per produrre i click necessari a scucire il contante dagli investitori pubblicitari.

Questo breve abbozzo non è un estratto dall'ultimo romanzo di Gary Shteyngart. E neanche una distopia fantascientifica. Anzi, ci sono buone probabilità che in questo preciso istante, nella Silicon Valley, qualcuno stia parlando a un uditorio di investitori su una delle tecnologie appena descritte. Alcune di esse potrebbero addirittura già essere in commercio. E non si tratta di distopia: molte persone estremamente intelligenti – nella Silicon Valley e non solo – considerano allettante e inevitabile questo futuro senza attrito, come attestano le loro circolari e i loro piani d'impresa.

Io, da parte mia, trovo questo scenario perlopiù terrificante, ma non per le ragioni che voi, forse, immaginate. Troppo spesso gli eretici digitali come me si fissano sulla ricerca di problemi di fattibilità dei modelli utopici originali. È davvero possibile giungere alla perfetta efficienza nell'edizione di testi? È davvero possibile che tutti gli ambienti siano smart? Davvero gli elettori si presenteranno alle urne solo perché votare diventerà un gioco? Tali interrogativi scettici sull'efficacia di certi modelli sono importanti, e in questo libro ne incontreremo molti. D'altra parte, credo anche che noi eretici dovremmo prendere più alla lettera gli innovatori della Silicon Valley e avere un po' più di fede nella loro genialità e nella loro inventiva. In fondo, sono le stesse persone che stanno pensando di passare allo scanner tutti i libri del mondo e di sfruttare le risorse minerarie degli asteroidi. Dieci anni fa, queste due idee sarebbero apparse completamente folli, mentre oggi una delle due è realizzabile.

Forse, dunque, dovremmo considerare seriamente la possibilità che la Silicon Valley trovi prima o poi i mezzi per attuare alcuni dei suoi piani più pazzeschi. Forse non riuscirà ad abbattere il regime nordcoreano a furia di tweet, ma può comunque fare molto. E a questo punto il dibattito dovrebbe cambiare completamente registro: invece di sminuire l'efficacia dei loro mezzi, dobbiamo mettere in discussione l'adeguatezza dei fini perseguiti dagli innovatori. Il mio precedente libro, *The Net Delusion*, ^{*} – mostra la sorprendente resilienza dei

regimi autoritari, che hanno trovato i loro sistemi per trarre vantaggio dalle tecnologie digitali. Benché io avessi – e mantenga – una posizione critica nei confronti di molti sforzi occidentali per la promozione della «libertà di Internet» sotto quei regimi, molte delle mie obiezioni riguardavano i mezzi, non i fini del «fronte per la libertà di Internet», presumendo che tra questi fini vi fosse anche un clima migliore per la libertà di espressione e un maggiore rispetto dei diritti umani. Nel presente libro non posso permettermi questo lusso, e metto quindi in discussione sia i mezzi sia i fini dell'ultima crociata della Silicon Valley per la «soluzione dei problemi». Sostengo, qui, che la promessa di un perpetuo miglioramento, fatta dalla Silicon Valley, ha intaccato la nostra capacità di affrontare tale discussione. Chi mai sarebbe così pazzo, al giorno d'oggi, da sfidare il virtuoso proposito di eliminare l'ipocrisia dalla politica? O di fornire più informazioni – esito diretto del self-tracking – per facilitare i processi decisionali? O di trovare nuovi incentivi affinché la gente si interessi al benessere dell'umanità, alla lotta contro i cambiamenti climatici o alla partecipazione politica? O di ridurre il crimine? Mettere in discussione la bontà di questi interventi, a quanto pare, equivale a mettere in discussione l'illuminismo.

Credo, tuttavia, che questa discussione sia necessaria. Di qui l'assunto del presente libro: il tentativo della Silicon Valley di farci entrare tutti in una camicia di forza digitale promuovendo l'efficienza, la trasparenza, la certezza e la perfezione – nonché, di conseguenza, l'eliminazione dei loro gemelli maligni, ossia l'attrito, l'opacità, l'ambiguità e l'imperfezione – comporterà a lungo termine costi proibitivi. Per varie ragioni ideologiche che illustreremo nel corso delle pagine seguenti, tali costi elevati non sono visibili all'occhio dell'opinione pubblica e rimarranno nascosti finché noi, nella nostra sventata ricerca dell'Eden di silicio, non riusciremo a mettere radicalmente in questione la nostra infatuazione per una serie di tecnologie che sono spesso raggruppate sotto l'ingannevole nome di «Internet». Il presente libro si propone, quindi, di stimare i costi effettivi di questo agognato paradiso e di spiegare perché questa stima è stata tanto difficile.

L'imperfezione, l'ambiguità, l'opacità, il disordine e l'opportunità di sbagliare, di peccare, di fare la cosa sbagliata sono elementi costitutivi della libertà umana, e qualunque sforzo miri a sradicarli finirà per sradicare anche quella libertà. Se non troviamo la forza e il coraggio per sfuggire all'ideologia della Silicon Valley che alimenta tanta parte di questa ricerca della perfezione tecnologica, rischiamo di ritrovarci con una politica svuotata di tutto ciò che la rende desiderabile, con esseri umani ormai privi della loro più elementare capacità di elaborare giudizi morali, con istituzioni culturali scialbe (se non

moribonde) che non corrono rischi e si preoccupano soltanto del risultato finanziario, ma soprattutto – cosa ancora più spaventosa – in un ambiente sociale perfettamente controllato che renderebbe il dissenso non solo impossibile, bensì forse addirittura impensabile.

La struttura del libro è la seguente: i primi due capitoli presenteranno un profilo e una critica delle due ideologie dominanti – da me chiamate «soluzionismo» e «internet-centrismo» – che hanno autorizzato il grande esperimento migliorativo della Silicon Valley. Nei successivi sei capitoli viene analizzato il modo in cui queste due ideologie interagiscono nel contesto di una particolare pratica o iniziativa di riforma: promozione della trasparenza; riforma del sistema politico; miglioramento dell'efficienza nel settore culturale; riduzione del crimine grazie ad ambienti e dati smart; quantificazione del mondo che ci circonda con l'aiuto dell'autolocalizzazione e del lifelogging; e, infine, introduzione di incentivi ludici – la cosiddetta «gamification» – nella sfera della vita civile. L'ultimo capitolo offre una visione più prospettica di come potremo trascendere i limiti sia del soluzionismo sia dell'internet-centrismo, per progettare e impiegare tecnologie che soddisfino i bisogni umani e civili.

Dunque, perché opporsi a questo slancio verso la perfezione? Be', io non credo che si debba perfezionare tutto per il solo fatto che si tratta di una cosa possibile, semplice, economica e allettante grazie alle più recenti tecnologie. A volte l'imperfezione è più che sufficiente; a volte, è molto meglio della perfezione. La cosa per me più preoccupante sta nel fatto che oggi è la disponibilità stessa di certi particolari «aggiustamenti» a suggerirci ciò che dev'essere aggiustato. È piuttosto semplice: più soluzioni abbiamo, più problemi vediamo. A mio parere, invece, nella nostra vita politica, personale e pubblica – così come nei nostri sistemi informatici – non tutti i bug sono veramente tali: certi bug sono tratti caratteristici. L'ignoranza può essere pericolosa, ma anche l'onniscienza: se certi college adottano criteri di ammissione indipendenti dal reddito del richiedente, ci sarà pure un motivo. L'ambivalenza può risultare controproducente, ma anche la certezza assoluta: se tutti i vostri amici vi dicessero quel che pensano, probabilmente non gli rivolgereste più la parola. L'efficienza può essere utile, ma anche l'inefficienza: se tutto fosse efficiente, chi si porrebbe come obiettivo l'innovazione?

Il fine ultimo di questo libro, dunque, è quello di svelare certe mentalità, disposizioni e spinte tipiche dell'ideologia soluzionista insite in particolari progetti di miglioramento della condizione umana e accennare al modo e al motivo per cui alcune di queste mentalità, disposizioni e spinte devono essere contrastate, aggirate e disimparate. Solo disimparando il soluzionismo – cioè transcendendo i limiti che questo impone alla nostra immaginazione e ribellandoci

al suo sistema di valori – capiremo perché il traguardo della perfezione tecnologica, che trascura le complicazioni della condizione umana e il rispetto del complesso mondo delle pratiche e delle tradizioni, potrebbe anche non essere conveniente.

^{*} – Ed. it. *L'ingenuità della rete. Il lato oscuro della libertà di Internet*, trad. di M. Renda e F. Ardizzola, Torino, Codice, 2011. (Tutte le note al piede sono a cura del traduttore.)

I

Il soluzionismo e i suoi inconvenienti

In futuro, la gente impiegherà meno tempo a far funzionare la tecnologia ... perché la tecnologia non avrà soluzione di continuità. Sarà semplicemente già lì. Il Web sarà tutto, e sarà anche nulla. Sarà come l'elettricità ... Se comprenderemo bene questo punto, credo che potremo risolvere tutti i problemi del mondo.

ERIC SCHMIDT ¹

Il «soluzionismo» [concepisce] ogni questione come un rompicapo per il quale esiste una soluzione, piuttosto che come un problema per il quale potrebbe esserci una risposta.

GILLES PAQUET ²

La domanda predominante – «Che cosa potremmo costruire domani?» – ci rende ciechi rispetto alle domande sulle nostre attuali responsabilità per ciò che abbiamo costruito ieri.

PAUL DOURISH E SCOTT D. MAINWARING ³

Avete mai frugato nel bidone della spazzatura di un vostro amico? Io sì. Pur non avendovi mai trovato cose degne di essere riferite – non al KGB, perlomeno – ho sempre provato un senso di colpa per questa mia insaziabile curiosità. La spazzatura – come la vita sessuale o certi disturbi alimentari temporanei – è affare privato per definizione: meno se ne parla, meglio è. Benché Mark Zuckerberg sostenga che qualsiasi attività risulta migliore se svolta socialmente, ⁴ si può immaginare che lo smaltimento dei rifiuti rimarrà sempre un'eccezione: bastione inespugnabile dell'individualità contro la zuckerberghiana tirannia del sociale.

Be', questa eccezione non esiste più: BinCam, un nuovo progetto di alcuni ricercatori britannici e tedeschi, punta a modernizzare il modo in cui gestiamo la spazzatura rendendo i nostri bidoni più smart e – indovinate un po' – più «sociali». ⁵ Ecco come funziona: il coperchio del bidone è munito, al suo

interno, di un piccolo smartphone che scatta una foto ogni volta che il bidone viene richiuso; il tutto, ovviamente, allo scopo di documentare con precisione ciò che viene smaltito. Un'équipe di umani malpagati, reclutata tramite il Mechanical Turk di Amazon, valuta ogni foto. Qual è il numero totale di oggetti nella foto? Quanti di questi sono riciclabili? Quali e quanti sono i prodotti alimentari? Tutti questi dati vengono allegati alla fotografia che viene postata sul profilo Facebook del proprietario del bidone, dove potrà essere condivisa con altri utenti. Quando in un condominio saranno installati i bidoni intelligenti – sperano gli inventori di BinCam – si potrà usare Facebook per trasformare il riciclo di rifiuti in un'appassionante gara simile a un gioco online. Ogni settimana si calcoleranno i punteggi di ogni bidone, e ogni nucleo abitativo otterrà lingotti d'oro e foglie d'albero nella misura in cui riuscirà a ridurre, tra i rifiuti, la presenza di materiali riciclabili e di cibo. Chi ha più lingotti e foglie vince. Missione compiuta: pianeta salvato!

Da nessuna parte, nel saggio accademico che accompagna la presentazione della BinCam, i ricercatori sollevano il minimo dubbio sugli aspetti etici del loro progetto, animato senz'altro dalle migliori intenzioni. È giusto indurre un insieme di cittadini a comportarsi bene perché c'è un altro insieme di cittadini che li spia? È giusto introdurre incentivi ludici in un meccanismo che prima funzionava sulla base dell'appello ai doveri e alle responsabilità di ognuno? È possibile quantificare con precisione la «bontà» del comportamento ecologico dei singoli con foglie d'albero e lingotti d'oro? Ed è giusto quantificarla separatamente dalle altre attività quotidiane? Se una persona non ha l'automobile, può eventualmente astenersi dal riciclare i rifiuti? Una maggiore sorveglianza pubblica sui bidoni della spazzatura determinerà un incremento dell'ecovigilanza? E non è che magari i partecipanti al gioco smetteranno di comportarsi bene se non ci saranno più i loro amici di Facebook a guardarli?

Domande, domande. Il bidone della spazzatura potrebbe sembrare il più banale degli oggetti, eppure è intriso di problemi e dilemmi filosofici. Si inserisce in un mondo di pratiche umane complesse, dove persino il più piccolo ritocco a procedure apparentemente poco significative potrebbe indurre profondi cambiamenti nel nostro comportamento. Può benissimo darsi che, ottimizzando il nostro comportamento a livello *locale* (per esempio, spingendo la gente a riciclare i rifiuti con l'espedito del gioco e un'accresciuta sorveglianza dei propri pari), si otterrà un comportamento meno che ottimale a livello *globale*; in altre parole, se in un semplice ambiente vengono a mancare gli incentivi giusti, la nostra propensione a compiere i nostri doveri civici potrebbe venir meno anche altrove. Si potrà quindi risolvere un singolo problema locale, ma solo a costo di innescare una serie di problemi globali che al momento non riusciamo

ancora a inquadrare con precisione.

Un progetto come BinCam sarebbe stato impossibile quindici anni fa. Per prima cosa, i bidoni della spazzatura non avevano sensori in grado di scattare fotografie e di caricarle su siti tipo Facebook; ora, invece, esistono minuscoli smartphone che possono farlo a un costo infimo. Amazon non aveva ancora un esercito di freelance annoiati disposti a fare praticamente qualunque lavoro pur di ricevere i loro pochi centesimi all'ora. (E, tra poco, persino questi freelance umani potrebbero diventare inutili, con il miglioramento dei software di riconoscimento immagini automatizzato.) Soprattutto, non c'era modo per i nostri amici di esaminare il contenuto dei nostri bidoni della spazzatura; quindici anni fa, neanche i nostri siti web personali avrebbero suscitato nella cerchia dei conoscenti – nel nostro «social graph», direbbero i geek – il livello di attenzione che riscuotono oggi i nostri bidoni della spazzatura presso i nostri amici di Facebook. Ora che usiamo tutti la stessa piattaforma – Facebook – è possibile orientare il nostro comportamento con l'aiuto di «social games» e competizioni varie; non siamo più tenuti a preservare l'ambiente secondo le nostre possibilità e usando i nostri particolari strumenti. C'è un grande potenziale nella standardizzazione!

Queste due innovazioni – il fatto che una parte crescente della nostra vita è ora mediata da tecnologie intelligenti attivate da sensori e il fatto che i nostri amici e conoscenti possono ora seguirci dappertutto, rendendo possibile la creazione di nuovi tipi di incentivi – modificheranno profondamente l'opera degli ingegneri sociali, dei decisori politici e di molte altre persone piene di buone intenzioni. Tutti saranno tentati di approfittare del potenziale di queste nuove tecnologie, sia separatamente sia in combinazione tra loro, per risolvere particolari problemi, che si tratti dell'obesità, dei cambiamenti climatici o del traffico. Oggi abbiamo già a disposizione specchi intelligenti che, grazie a sofisticati sensori, possono individuare e mostrare i livelli della nostra pulsazione sulla base di lievissime variazioni nella luminosità del nostro viso; ben presto avremo specchi che, grazie alla loro capacità di connettersi al nostro «social graph», ci solleciteranno a perdere peso perché sembriamo più paffuti della maggior parte dei nostri amici su Facebook. ⁶

Si pensi, altrimenti, al prototipo di teiera costruito dal designer e attivista britannico Chris Adams. ⁷ La teiera presenta un piccolo globo che può illuminarsi di verde (si può fare il tè) o di rosso (forse è meglio aspettare). Che cosa determina il colore della lucina? Be', il globo, grazie a elementi hardware e software open-source facilmente reperibili, è collegato a un sito che si chiama «Can I Turn It On?» (<http://www.caniturniton.com>), che a intervalli di un minuto o giù di lì chiede alla rete nazionale britannica le statistiche aggregate sul

consumo di elettricità. Se il dato della frequenza fornito dal sito è superiore alla soglia base di 50 Hz, il globo si illumina di verde; se è inferiore, di rosso. Lo scopo, qui, consiste nel fornire informazioni supplementari per un uso responsabile della teiera. È facile però immaginare in che modo tale logica possa estendersi ben oltre, sulla falsariga della BinCam. Perché, per esempio, non ricompensare la gente con punti virtuali Facebook-compatibili per non aver usato la teiera in una fascia oraria di punta? O perché non punire quelli che ignorano gli avvertimenti della teiera denunciando pubblicamente la loro irresponsabilità tra gli amici di Facebook? Gli ingegneri sociali non hanno mai avuto così tante opzioni a loro disposizione.

Già solo i sensori, senza alcuna connessione a social network o a depositi di dati, possono fare grandi cose di questi tempi. Gli anziani, per esempio, potrebbero apprezzare moquette e campanelli intelligenti in grado di capire se qualcuno è caduto e di lanciare l'allarme. ⁸ E i bidoni della spazzatura possono essere intelligenti anche in un modo molto diverso: una start-up dal nome evocativo di BigBelly Solar ⁹ spera di rivoluzionare la raccolta di rifiuti producendo bidoni a energia solare che, grazie a sensori incorporati, possono informare gli addetti della loro capienza e prevedere il momento in cui dovranno essere svuotati. In questo modo si potranno anche ottimizzare i percorsi di raccolta della spazzatura e risparmiare carburante. La città di Philadelphia sta sperimentando questi bidoni dal 2009, e questo ha consentito di diminuire le uscite per la raccolta di rifiuti in centro da 17 a 2,5 volte alla settimana e di ridurre il personale da 33 a 17 unità, con un risparmio di 900.000 dollari in un solo anno.

Allo stesso modo, alcuni addetti del comune di Boston hanno sperimentato Street Bump, una sofisticata app che sfrutta gli accelerometri, ossia gli ormai onnipresenti rilevatori del moto installati su molti smartphone, per mappare le buche sulle strade di Boston. ¹⁰ L'automobilista non dovrà far altro che avviare la app e cominciare a guidare: lo smartphone farà il resto e comunicherà con il server centrale secondo necessità. Grazie a una serie di algoritmi, la app è in grado di riconoscere e di ignorare i tombini e i dossi artificiali, per registrare con estrema puntualità soltanto le buche sulla carreggiata. Quando almeno tre automobilisti avranno segnalato sobbalzi nello stesso punto, il sobbalzo viene identificato come buca. Analogamente, Google sfrutta i telefoni Android muniti di GPS per ricavare informazioni in tempo reale sulle condizioni del traffico: non appena cominciate a usare una sua mappa, rivelando la vostra posizione, Google saprà dove vi trovate e a che velocità vi state muovendo. ¹¹ Su questa base è possibile effettuare una stima della situazione del traffico, che viene poi inserita in Google Maps in modo che tutti possano vederla. Di questi tempi, si direbbe, il

solo fatto di portarvi in giro il telefonino può essere considerato un atto di gran civismo.

La volontà di migliorare (praticamente tutto!)

Il fatto che le tecnologie intelligenti e tutte le nostre connessioni sociali (per non parlare delle statistiche utili, come quella sul consumo aggregato di elettricità in tempo reale) possano essere «inserite» fin nel più piccolo atto della nostra vita quotidiana, dallo smaltimento dei rifiuti alla preparazione del tè, potrebbe sembrare meritevole di apprezzamento, non di un atteggiamento sospettoso. Allo stesso modo, il fatto che gli smartphone e i social network ci permettano di sperimentare interventi impossibili solo un decennio fa può sembrare uno sviluppo autenticamente positivo. Non sorprende, infatti, che la Silicon Valley sia già inondata di progetti per il perfezionamento di praticamente tutto ciò che esiste: politica, cittadini, editoria, cucina.

Troppo spesso, però, questa infinita ricerca di miglioramento – che l'antropologa canadese Tania Murray Li, trattando di tutt'altro argomento, ha chiamato «la volontà di migliorare» ¹² – manca di lungimiranza ed è solo superficialmente interessata all'attività da migliorare. Questa ricerca, che riqualifica tutte le complesse situazioni sociali o come problemi chiaramente definiti e provvisti di una soluzione ben precisa e computabile o come processi trasparenti e banali facilmente ottimizzabili – se solo si dispone dei giusti algoritmi! – avrà probabilmente conseguenze inattese e finirà per causare più danni dei problemi che si propone di risolvere.

Ho dato il nome di «soluzionismo» all'ideologia che legittima e sdogana quest'aspirazione. Prendo in prestito questo termine estremamente dispregiativo dal mondo dell'architettura e dell'urbanistica, dove esso denota di solito un'insana tendenza verso soluzioni seducenti, monumentali e ottuse – il genere di cose che manda in visibilio il pubblico delle TED Conferences – a problemi estremamente complessi, fluidi e controversi. Mi riferisco a quel tipo di problemi che, a un esame approfondito, non devono necessariamente essere definiti nei modi univoci e onnicomprensivi dei «soluzionisti»; ciò che è in discussione, quindi, prima ancora della soluzione da loro proposta, è la definizione stessa del problema da loro offerta. Il teorico del design Michael Dobbins ha visto giusto: il soluzionismo presuppone, anziché studiare, i problemi che vuole risolvere, saltando «alla risposta prima ancora che le domande siano state formulate per intero». ¹³ Il modo in cui i problemi vengono «composti» ¹⁴ è importante quanto il modo in cui vengono risolti.

«Soluzionismo», insomma, non è solo un bel modo di dire che a chi ha solo

un martello ogni problema pare un chiodo; non è solo l'ennesima solfa sull'inapplicabilità delle «soluzioni tecnologiche» a «problemi perversi» (un tema ampiamente trattato nel mio *The Net Delusion*).¹⁵ Il punto non è soltanto che la sbrigativa e semplicistica cassetta degli attrezzi del soluzionismo è inadatta a certi problemi. C'è anche il fatto che molte delle cose affrontate dai soluzionisti come «problemi» da risolvere non sono affatto tali. Un'indagine più approfondita sulla natura di questi «problemi» rivelerebbe che l'inefficienza, l'ambiguità e l'opacità – sia in politica sia nella vita quotidiana – contro cui geek e soluzionisti, forti del potere da poco acquisito, cercano di mobilitarci non sono in alcun modo problematiche. Al contrario, questi vizi sono in molti casi virtù camuffate. Il fatto che i soluzionisti odierni, grazie a tecnologie innovative, dispongano di un modo semplice per sbarazzarsene non li rende per nulla meno virtuosi.

Si potrà avere l'impressione che la critica del soluzionismo sia, per via del suo approccio antiriformista, prerogativa dei conservatori. In effetti, molti degli ironici appunti rivolti al soluzionismo in questo libro rientrano nella tassonomia tripartita delle risposte reazionarie al cambiamento sociale così abilmente illustrata dall'economista e sociologo Albert Hirschman. Nel suo influente libro *The Rhetoric of Reaction*,¹⁶ egli sosteneva che tutte le riforme progressiste attirano in genere critiche conservatrici fondate su uno dei tre seguenti temi: perversità (ossia l'intervento proposto non fa che peggiorare il problema in questione), futilità (l'intervento non produce alcun risultato) e messa a repentaglio (l'intervento mette in pericolo risultati conseguiti con grande fatica).

Tuttavia, benché io ricorra nelle pagine seguenti a tutt'e tre queste critiche, il mio progetto generale si differenzia dalle resistenze conservatrici studiate da Hirschman. Io non sono un paladino dell'inazione e non nego che molti (anche se non tutti) i problemi affrontati dai soluzionisti – dai cambiamenti climatici all'obesità, passando per la sempre più declinante fiducia nel sistema politico – siano importanti e richiedano un'azione immediata (il modo in cui tali problemi vengono formulati è, naturalmente, tutt'altra questione: esistono diversi modi di enunciarli). L'urgenza dei problemi in questione, però, non conferisce automaticamente legittimità alla panoplia di nuove, asettiche ed efficienti soluzioni tecnologiche in voga di questi tempi. Le soluzioni – o meglio, le risposte – che io prediligo sono di tutt'altro tipo.

Non è un caso, comunque, che la mia critica del soluzionismo assomigli a svariate altre critiche rivolte a precedenti tentativi di costringere l'umanità in una camicia di forza troppo stretta. L'attuale «camicia di forza» sarà magari della varietà digitale, ma non è certo la prima né la più stretta. Se è vero che il termine «soluzionismo» è nuovo, molti importanti pensatori hanno evidenziato gli

inconvenienti di questo fenomeno, con termini e in contesti diversi. Penso, in particolare, alla protesta di Ivan Illich contro gli efficientissimi ma disumanizzanti sistemi della formazione professionale e della medicina; agli attacchi portati da Jane Jacobs contro l'arroganza degli urbanisti; alla rivolta di Michael Oakeshott contro i razionalisti presenti in ogni ambito dell'esistenza umana; all'insofferenza di Hans Jonas per i freddi comfort della cibernetica; e, più di recente, alle preoccupazioni di James Scott per il modo in cui gli Stati hanno istituito unilateralmente ciò che lui chiama «leggibilità» dei cittadini. Qualcuno potrebbe aggiungere all'elenco l'opposizione di Friedrich von Hayek ai pianificatori centralisti e alle loro intrinseche carenze conoscitive.

Si tratta di pensatori tutt'altro che omogenei tra loro, quanto a convinzioni politiche: Ivan Illich, Friedrich von Hayek, Jane Jacobs e Michael Oakeshott, a cena insieme, avrebbero dato vita a una serata piuttosto tempestosa. Questi originalissimi pensatori, però, a prescindere dalle loro convinzioni politiche, hanno dimostrato che i tipi di soluzionismo da loro presi di mira – quello degli urbanisti nel caso di Jacobs, quello degli istruttori professionali per Illich – denotano una scarsa comprensione non solo della natura umana, ma anche delle complesse pratiche a cui questa natura dà luogo e grazie a cui prospera. È come se i soluzionisti, pur non avendo mai vissuto una vita propria, avessero imparato tutto quello che sanno dai libri, e non da romanzi, bensì da manuali di istruzioni per frigoriferi, aspirapolvere e lavatrici.

Thomas Molnar, un filosofo conservatore che, per la sua brillante e veemente critica dell'utopismo tecnologico pubblicata all'inizio degli anni Sessanta, merita un posto nel pantheon antisoluzionista, aveva pienamente ragione nel sostenere che, «quando gli scrittori utopisti trattano di lavoro, salute, tempo libero, speranza di vita, guerra, criminalità, cultura, amministrazione, finanza, giudici e così via, è come se le loro parole fossero generate da un automa privo della benché minima cognizione della vita umana. Il lettore ha la spiacevole sensazione di muoversi in un paesaggio onirico di astrazioni, circondato da oggetti senza vita; egli riesce a identificarli solo vagamente, ma a un esame più ravvicinato scopre che non assomigliano veramente a nulla né per forma né per colore né come volume né come suono». ¹⁷ I paesaggi onirici di astrazioni vengono via a poco, di questi tempi: ciò che funziona a Palo Alto si presume funzioni anche a Penang.

Il fatto, qui, non è che le soluzioni proposte siano inefficaci, ma piuttosto che, nel risolvere il «problema», i soluzionisti lo sfigurano e lo modificano al punto che, quand'anche venga «risolto», è ormai diventato qualcosa di totalmente altro. Sono tutti sveltati a celebrare il trionfo, ma nessuno si ricorda più del problema originario con cui si era alle prese.

La polemica sul rischio che le nuove tecnologie possano distruggere il sistema scolastico – soprattutto ora che svariate start-up offrono corsi online a centinaia di migliaia di studenti, che si danno i voti a vicenda senza mai trovarsi vis-à-vis con un docente – è un caso esemplare. Le tecnologie digitali possono fornire una soluzione ideale ad alcuni problemi, ma tra questi non figura quello dell'istruzione, se per istruzione si intende lo sviluppo della capacità di pensare in modo critico su qualunque argomento. Le risorse online possono aiutare gli studenti ad apprendere una quantità di nuovi fatti (o «fatti», nel caso non verificano quello che hanno letto sulle pagine di Wikipedia), ma questo ammasso di fatti è ben lungi da ciò che le università vorrebbero insegnare ai loro studenti.

Come fa notare Pamela Hyeronimi, docente di filosofia alla University of California, Los Angeles (UCLA), in un importante saggio sulla leggenda dell'istruzione online, «istruzione non è trasmissione di informazioni o idee. Istruzione è l'addestramento necessario a far uso di informazioni e idee. Nel momento in cui le informazioni traboccano da librerie e biblioteche e inondano i computer e i dispositivi mobili, l'importanza di tale addestramento aumenta, non diminuisce». ¹⁸ Com'è ovvio, esiste una gran varietà di strumenti per migliorare la propria alfabetizzazione digitale, ma questi strumenti servono fino a un certo punto: possono aiutare a individuare informazioni errate, ma non a organizzare i propri pensieri in un'argomentazione coerente.

Adam Falk, preside del Williams College, infligge un colpo ancora più duro al soluzionismo nel campo dell'istruzione, affermando che sarebbe un errore pretendere che le soluzioni da esso proposte siano anche solo in parte compatibili con lo spirito e i fini dell'università. Falk osserva che, sulla base di ricerche svolte al Williams College, l'indicatore più affidabile per prevedere la riuscita intellettuale degli studenti al college non è il diploma né la media dei voti, bensì la frequenza dei contatti personali, vis-à-vis, con i professori. A suo giudizio, effettuare una media dei voti assegnati da cinque pari grado scelti a caso – come fa, per esempio, Coursera, una delle start-up più stimate in questo campo – non è «la stessa cosa, sul piano formativo, di una valutazione ponderata e delle risposte calibrate di un docente estremamente specializzato». ¹⁹ Fingere che lo sia, sostiene Falk, «equivale a negare i fini più significativi dell'istruzione e a perdere di vista il suo vero valore». ²⁰

Abbiamo qui una profonda discrepanza tra l'idea di istruzione implicita nell'insieme di nuove soluzioni tecnologiche proposte e la veneranda idea dell'istruzione tuttora propugnata in certe scuole. In un mondo ideale, naturalmente, queste due visioni potrebbero coesistere e prosperare. Ma nel mondo in cui viviamo, dove gli amministratori sono più che mai sensibili alla

questione dei costi, l'approccio che produce più laureati per ogni dollaro di spesa finirà probabilmente per prevalere, malgrado la ristrettezza del suo orizzonte intellettuale. Qui risiede uno dei pericoli nascosti del soluzionismo: le soluzioni rapide che propone non operano nel vuoto politico. Promettendo risultati quasi immediati e molto più economici, potrebbero facilmente privare del necessario sostegno progetti di riforma più ambiziosi, intellettualmente più stimolanti, ma più dispendiosi.

Kuoki e cuochi

Se lasciamo le aule scolastiche per entrare in cucina, i limiti del soluzionismo risaltano con colori ancora più netti. Il filosofo politico Michael Oakeshott, da conservatore qual era, amava sottolineare che la cucina, come la scienza e la politica, è un insieme di pratiche e tradizioni (perlopiù invisibili) che ci guidano nella preparazione dei nostri pasti. «Si potrebbe supporre che bastino un umano ignorante, certe sostanze commestibili e un libro di ricette a soddisfare le necessità di quell'attività spontanea (o concreta) chiamata "cucinare". Nulla di più lontano dalla verità, invece» ²¹ scrive nel suo saggio *Political Education* (1951). Secondo Oakeshott, un libro di ricette è «nient'altro che un'estrapolazione dal sapere gastronomico di qualcuno: è figlio adottivo, non genitore dell'attività del cucinare». «Un cuoco» scriveva in un altro saggio «non è colui che prima ha la visione di una focaccia e poi tenta di farla: è specializzato in questioni di cucina, e tanto i suoi progetti quanto i suoi risultati derivano da questa sua specializzazione.» ²²

Oakeshott non temeva tanto che le nostre abitudini culinarie potessero essere distrutte dalla proliferazione della letteratura gastronomica: l'interpretazione di tale letteratura è possibile solo all'interno di una ricca tradizione del cucinare, al punto che la consultazione di quei libri potrebbe addirittura accrescere l'apprezzamento di chi legge per la cultura culinaria. Con le sue parole: «Il libro parla solo a chi già sa che cosa aspettarsene e, di conseguenza, sa interpretarlo». ²³ Oakeshott non era contrario all'uso dei libri; se la prendeva, piuttosto, con chi credeva che protagonista fosse il libro, anziché la tradizione che lo aveva prodotto. Le regole, le ricette e gli algoritmi contenuti nel libro, quali che fossero, avevano senso solo se interpretati e applicati all'interno della tradizione del cucinare.

Secondo Oakeshott, il libro di cucina era il punto finale (o un output), non il punto di partenza (o un input), di tale tradizione. Argomento contro i razionalisti che si rifiutavano di riconoscere l'importanza delle pratiche e delle tradizioni, più che elogio dei libri di cucina, questi saggi rappresentano un momento

sorprendentemente vivace del pensiero di Oakeshott. Viene, però, da domandarsi se Oakeshott non sarebbe stato costretto a rivedere il suo giudizio, ora che i libri di cucina sono stati sostituiti da tutta una serie di sofisticate apparecchiature che avrebbero fatto schiumare di invidia Buckminster Fuller, l'arcisoluzionista che non smise mai di fantasticare sulla cucina perfetta.

Paradossalmente, quanto più le tecnologie diventano smart, tanto più lo spazio di manovra per l'interpretazione – ciò che, secondo Oakeshott, mette in contatto il cuoco con il mondo delle pratiche e delle tradizioni – si restringe e tende addirittura a scomparire. Nuove tecnologie sempre più intelligenti consentono ora, di fatto, di utilizzare il libro di cucina al di fuori della tradizione: è richiesto un sapere pressoché nullo per cucinare con l'aiuto del libro. Le tecnologie odierne non sono più elettrodomestici stupidi e passivi. Alcuni di essi dispongono di minuscoli e sofisticati sensori che «capiscono» – se mi passate il termine – quel che succede nelle nostre cucine ²⁴ e cercano di guidare noi, i loro padroni, nella giusta direzione. Ecco cos'è la modernità *in nuce*: possiamo avere cibo migliore, ma senza la gioia del cucinare.

La rivista inglese «New Scientist» ha recentemente dato notizia di un paio di questi progetti soluzionisti. ²⁵ Ecco a voi, per cominciare, Jinna Lei, un'informatica della University of Washington che ha costruito un sistema mediante il quale un cuoco viene monitorato da una serie di telecamere installate in cucina. Queste telecamere sono intelligentissime: sanno riconoscere la profondità e la forma degli oggetti che inquadrano e distinguono, poniamo, le mele dalle ciotole. Grazie a questa benevola sorveglianza, i cuochi possono essere informati ogni volta che deviano dalla ricetta prescelta. A ogni oggetto viene associato un certo numero di attività – di solito non si mettono a bollire i cucchiari e non si frigge la rucola – e il sistema valuta in quale misura l'attività in corso corrisponde all'oggetto utilizzato. «Per esempio, se il sistema nota che si sta versando zucchero in una ciotola contenente uova, mentre la ricetta da realizzare non richiede zucchero, segnalerà l'errore» ²⁶ spiega Jinna Lei a «New Scientist».

Per affinare la capacità di riconoscimento, Lei sta pensando di aggiungere una speciale telecamera termica in grado di localizzare le mani dell'utente grazie al calore corporeo. L'obiettivo, qui, è di trasformare la cucina moderna in un tempio del taylorismo aggiornato, dove ogni operazione viene seguita, analizzata e ottimizzata. I soluzionisti odiano fare errori e amano attenersi agli algoritmi. L'idea che il cucinare tragga vantaggio dagli errori e dalle sperimentazioni, e che siano proprio le deviazioni dalle ricette a introdurre innovazioni e a far progredire la gastronomia, viene scartata come un capriccio irrilevante. Per molti di questi benintenzionati innovatori, il contesto della pratica che cercano di

migliorare non ha importanza, purché se ne migliori l'efficienza. Di conseguenza, i cuochi non sono più considerati come virtuosi liberi di operare o artigiani di talento, bensì come robot asserviti che non devono mai contravvenire ai comandi del loro sistema operativo.

Un altro progetto illustrato da «New Scientist» mi pare ancora più degradante. Un gruppo di informatici della Sangyo University di Kyoto, in Giappone, sta cercando di abbinare la logica della cucina alla logica della «realtà aumentata», eufemismo che allude alla diffusione delle tecnologie smart nella nostra vita quotidiana. (Pensate ai codici QR, che possono essere letti dagli smartphone per attingere nuove informazioni, o ai nuovi occhiali del Project Glass di Google, che utilizzano flussi di dati per potenziare la percezione visiva di chi li indossa.) A questo fine, alcuni ricercatori giapponesi hanno montato telecamere e proiettori sul soffitto di una cucina in modo da poter proiettare le istruzioni – sotto forma di frecce, forme geometriche e riquadri di testo che accompagnino il cuoco passo passo – persino sugli ingredienti. Insomma, se state per eviscerare un pesce, il sistema proietterà un coltello virtuale e indicherà con precisione dove tagliare. E c'è anche un minuscolo robot tridimensionale seduto sul piano di lavoro. Grazie alle telecamere, si accorge se smettete di manipolare gli ingredienti e vi domanda se volete passare alla fase successiva della preparazione.

Ebbene, che cosa c'è di veramente «aumentato» in una tale realtà? Sarà pure aumentata tecnologicamente, ma sembrava anche impoverita intellettualmente. Nel migliore dei casi, ci ritroviamo con una «realtà aumentata diminuita». Alcuni geek cocciuti rifiutano di ammettere che le sfide e gli ostacoli – tra cui, per esempio, l'iniziale ignoranza del giusto modo di eviscerare il pesce – irrobustiscono e non indeboliscono la condizione umana. Semplificando l'atto del cucinare non necessariamente lo si migliora; anzi, è vero il contrario. Assoggettare totalmente questa attività alla deprimente logica dell'efficienza significa privare gli esseri umani della possibilità di diventarne maestri, rendere impossibile la prosperità umana e impoverire la nostra vita. Una soluzione più appropriata, in questo caso, consisterebbe non nel rendere il cucinare meno impegnativo, bensì nel renderne i rituali meno rigidi e, magari, più stimolanti.

Non proponiamo, qui, una difesa snobistica delle sacre tradizioni della cucina. In un mondo in cui pochi selezionatissimi maestri padroneggiano davvero tutti i trucchi del mestiere, certe cucine «aumentate» sarebbero probabilmente un'ottima soluzione, se non altro per la loro promessa di democratizzare l'accesso a quest'arte. Purtroppo, però, il mondo in cui abitiamo è diverso: con Google è più semplice che mai trovare ricette dettagliate e video di istruzioni su come cucinare i piatti più squisiti. Abbiamo davvero bisogno di un robot – per

non parlare delle telecamere che ci sorvegliano dall'alto – per cucinare quel tacchino ripieno o per arrostitire quell'agnello?

E poi non è tanto difficile prevedere dove porteranno simili progressi: una volta entrati nelle nostre cucine, questi dispositivi per la raccolta di dati non se ne andranno più, sviluppando funzioni sempre nuove e presumibilmente impreviste. Si inizia installando telecamere nelle nostre cucine per ricevere istruzioni migliori, dopodiché le ditte produttrici di apparecchiature elettroniche diranno che gradirebbero usare quelle stesse telecamere per migliorare i loro prodotti. e alla fine scopriremo che tutti i dati estratti dalla nostra cucina si trovano su un server in qualche angolo della California, con le compagnie di assicurazioni che analizzano la quantità di grassi saturi da noi consumati per ritoccare, di conseguenza, i premi previsti dalle nostre polizze. La cucina con l'apporto della tecnologia smart potrebbe diventare un cavallo di Troia per aprire la strada a progetti ben più sinistri.

Con ciò non si intende dire che la tecnologia non può accrescere il piacere che traiamo dal cucinare, e non solo in termini di cibo più gustoso e più sano. La tecnologia, se usata con un po' di immaginazione e senza il tradizionale feticcio soluzionista dell'efficienza e della perfezione, può essere impiegata per rendere davvero più stimolante l'atto del cucinare, aprendo nuove prospettive alla sperimentazione e fornendoci nuovi modi per violare le regole. Si confronti la visione impoverita della gastronomia descritta da «New Scientist» con alcuni dei più divertenti aggeggi adottati dal movimento della gastronomia molecolare: frullatori termici a immersione per cucinare a bassa temperatura, stampanti con carta commestibile, siringhe utilizzate per produrre pasta al caviale dalle forme stranissime, fornelli a induzione che emanano onde magnetiche attraverso le padelle di metallo. Tutti questi aggeggi rendono l'atto del cucinare più complesso, più impegnativo, più stimolante. Possono infondere in un aspirante cuoco la grande passione per l'arte culinaria ben più delle telecamere di sorveglianza e dei robot che sputano istruzioni.

Attenendosi scrupolosamente alle ricette si possono produrre piatti gustosi e insieme prevedibili, e a volte è proprio di questo che abbiamo voglia. Una simile standardizzazione, però, rischia di rendere le nostre cucine stimolanti quanto un McDonald's. L'elogio dell'innovazione fine a se stessa è di cattivo gusto. Perché la tecnologia possa davvero «aumentare» la realtà, i progettisti e gli ingegneri dovrebbero comprendere meglio le complesse pratiche che costituiscono la nostra realtà.

Come illustrato dall'esempio della gastronomia molecolare, respingere il soluzionismo non significa respingere la tecnologia. Né comporta l'abbandono di ogni speranza di miglioramento del mondo in cui viviamo: la tecnologia può e

deve intervenire in questo progetto. Respingere il soluzionismo significa emanciparsi dalla ristretta mentalità razionalistica che vede in ogni più piccola inefficienza – per esempio, nella mancanza di istruzioni perfette ed esaustive in cucina – un ostacolo da superare. Ci sono altri modi più fecondi, più umani e più responsabili di concepire il ruolo della tecnologia nella promozione della prosperità umana, ma difficilmente i soluzionisti saranno in grado di afferrarli se non articoleranno un po' la loro visione pericolosamente riduzionistica della condizione umana.

Pasteur e Zynga

Sono il primo a riconoscere che i problemi posti dal soluzionismo non sono nuovi: come si è già notato, altre generazioni di pensatori, in precedenza, hanno abbondantemente messo in luce inconvenienti e patologie simili. Io credo, però, che stiamo vivendo un revival di un particolare tipo di soluzionismo moderno. Oggi i soluzionisti più appassionati non si trovano nelle giunte comunali o nei ministeri, bensì nella Silicon Valley, intenti a trarre conclusioni da ciò che hanno appreso su «Internet» – e non è mai esistita fonte di insegnamento più ingannevole per quel che riguarda le grandi lezioni su «la vita, l'universo e tutto quanto» ²⁷ (per usare la memorabile formula di Douglas Adams) – per metterle in pratica con varie iniziative civiche e progetti finalizzati all'eliminazione dei bug dell'umanità.

Perché le virgolette intorno alla parola «Internet»? Nella postfazione al mio primo libro *The Net Delusion* mettevo a fuoco quello che ancora oggi considero un suo elemento centrale, per quanto sottovalutato: l'infrastruttura fisica a cui diamo il nome di «Internet» assomiglia poco o nulla alla mitica «Internet» – quella che, secondo alcuni, avrebbe abbattuto i governi di Tunisia ed Egitto e che starebbe distruggendo i nostri cervelli –, spesso al centro del dibattito pubblico. L'infrastruttura e la concezione di questa rete delle reti hanno avuto senz'altro un certo ruolo nella creazione di molti di questi miti – per esempio l'idea che «Internet» sia immune alla censura deriva dalla particolare natura del meccanismo di comunicazione noto come «commutazione di pacchetto» – ma quell'«Internet» che è la croce di ogni dibattito pubblico contiene molte altre storie e narrazioni – sull'innovazione, la sorveglianza, il capitalismo – che hanno poco a che fare con l'infrastruttura in quanto tale.

Il filosofo francese Bruno Latour, ²⁸ scrivendo delle famose scoperte scientifiche di Louis Pasteur, distingueva tra Pasteur come figura storica e «Pasteur» come personaggio mitico e onnipotente che è giunto a sussumere l'opera di altri scienziati e di interi movimenti sociali, come gli igienisti che, per

le loro ragioni pragmatiche, avevano accolto Pasteur a braccia aperte. Chi sia però interessato a scrivere la storia di quel periodo non può semplicemente utilizzare il nome «Pasteur» come un termine oggettivo, non problematico; dovrà invece scomporlo in modo che le sue varie parti possano essere studiate per quello che sono. La storia di come questi elementi disparati – tra i quali il Louis Pasteur reale – siano diventati «Pasteur», l'eroe nazionale di Francia di cui leggiamo nei libri di testo, è ciò che la storia della scienza, almeno secondo l'idea che ne ha Latour, dovrebbe puntare a ricostruire.

Ora, non è mia intenzione scrivere di storia, in questo libro. Se volessi farlo, cercherei di dimostrare la contingenza e la fluidità dell'idea stessa di «Internet» e tenterei di descrivere in che modo «Internet» sia arrivata ad assumere il significato che ha oggi. In questo libro, però, ho scelto come oggetto un frammento di storia molto più piccolo; in particolare, voglio vedere in che modo «Internet» si sia trasformata in una sorta di *impetus* * per molte iniziative dei soluzionisti contemporanei, fungendo al contempo da paraocchi che ci impedisce di vederne gli inconvenienti.

In altre parole, mi interessa capire perché e in che modo «Internet» entusiasma, e perché e in che modo confonde. Voglio capire perché e in che modo iTunes o Wikipedia – tra i componenti mitici fondamentali di «Internet» – sono diventati modelli per pensare al futuro della politica. In che modo Zynga o Facebook sono diventati modelli per pensare all'impegno civile? In che modo le recensioni di Yelp o di Amazon sono diventate un modello per pensare alla critica letteraria? Com'è accaduto che Google sia diventato un modello per pensare agli affari e all'innovazione sociale – quasi avesse una sua filosofia coerente – al punto che libri intitolati *What Would Google Do?* ²⁹ possono diventare dei best seller?

L'avvento di «Internet» ha tanto alimentato quanto giustificato molti degli approcci soluzionisti da me descritti in questo libro. «Internet» ha consentito ai soluzionisti di espandere in misura significativa la portata dei loro interventi, di condurre esperimenti su scala molto più vasta. Ha anche dato origine a un nuovo insieme di credenze – che io chiamo «internet-centrismo» – in cima alle quali c'è l'incrollabile convinzione che stiamo vivendo un'epoca rivoluzionaria senza precedenti, in cui le vecchie verità non reggono più, dove tutto sta subendo profondi cambiamenti, e il bisogno di «sistemare le cose» è quanto mai sentito. «Internet», in breve, ha fornito ai soluzionisti una quantità di armi sufficiente per organizzare la loro guerra contro l'inefficienza, l'ambiguità e il disordine, procurando loro anche qualche nuova giustificazione alle loro azioni. Ma li ha anche forniti di un insieme di presupposti su come funziona e dovrebbe funzionare il mondo, su come parla e dovrebbe parlare, rimodellando molte

questioni e controversie in maniera decisamente internet-centrica. L'internet-centrismo sta a «Internet» come lo scientismo sta alla scienza: la sua epistemologia non tollera punti di vista discordi, e riduce in sostanza tutta la storia recente al modo in cui il grande spirito di «Internet» si è manifestato.

Questo libro, allora, è un tentativo di liberare i nostri dibattiti sulla tecnologia da numerosi assunti erronei e nocivi su «Internet». Da questo punto di vista, risulterà molto più prescrittivo di un libro di storia. Ispirandosi all'opera di Latour e di Thomas Kuhn, ³⁰ molti storici della scienza hanno finito per ammettere che l'idea della «Scienza» con la S maiuscola, pur traboccando di miti quasi quanto quella di «Internet», sia qualcosa con cui venire a patti, giudicando che, fin quando ci saranno scienziati secondo cui la «Scienza» ha la S maiuscola, varrà la pena studiarli, anche se gli storici della scienza non condividono questa convinzione.

È un approccio elegante e rassicurante, ma trovo che sia difficile da seguire trattando di «Internet», della corrosiva influenza che questa idea comincia ad avere sul discorso pubblico, del genere di progetti di riforma cui viene data priorità. In questo senso, indicare i limiti del soluzionismo senza evidenziare anche quelli di ciò che ho chiamato «internet-centrismo» non sarebbe tanto utile: senza il secondo, il primo non avrebbe neanche la metà della sua potenza. Perciò, prima di imbarcarci nella discussione sugli inconvenienti del soluzionismo in ambiti quali la politica o la prevenzione del crimine, conviene approfondire la comprensione della perniciosa influenza intellettuale dell'internet-centrismo, cosa che faremo nel prossimo capitolo. Svelare l'internet-centrismo per quel che è semplificherà il compito di smascherare il soluzionismo.

* Qui il termine indica una spiegazione tautologica, buona per tutte le circostanze.

II

L'assurdità di «Internet», e come mettervi fine

Internet non è un territorio da conquistare, bensì una forma di vita da preservare e da lasciar evolvere liberamente.

NICOLAS MENDOZA, AlJazeera.com-¹

Di chi è la colpa se Blockbuster ha chiuso? Di Internet. Di chi è la colpa se At the Movies ha chiuso? Di Internet. Chi è che ha calpestato il mio giardino e rovinato le mie petunie? Internet.

ERIC SNIDER, blog sul cinema ²

Di questi tempi, «Internet» può significare praticamente tutto. «La prossima battaglia per la libertà di Internet potrebbe riguardare la stampa 3D» annunciava nell'agosto 2012 un titolo di «TechCrunch», apprezzato blog che si occupa di tecnologia. ³ Data la vaghezza dell'idea di «Internet», i concetti che ne derivano – per esempio, la «libertà di Internet» – risultano così generici e così vuoti di significato da poter includere senza problemi la regolazione delle stampanti 3D, le spinose questioni legate alla neutralità della rete e i diritti dei blogger dissidenti in Azerbaigian. Invece di dibattere sui pregi delle singole tecnologie e di elaborare politiche e regole adeguate, ci siamo arresi a termini-calderone come «Internet» che servono solo a eludere ogni discussione empirica seria.

Oggi, «Internet» viene regolarmente evocata per contrastare il pensiero critico ed escludere dalla discussione chi non condivide le idee dei geek. Ecco l'argomentazione con cui un famoso blogger americano esperto di tecnologia sostiene che il Congresso non debba regolamentare le tecnologie di riconoscimento facciale: «Troppi legislatori statunitensi hanno a malapena superato l'idea che Internet sia un insieme di tubi; siamo sicuri di volere che questa gente spieghi a Facebook o ad altri social media come gestire la loro azienda?». ⁴ Insomma, è tutto così complesso – molto più complesso di questioni come l'assistenza sanitaria o i cambiamenti climatici – che solo ai geek dovrebbe essere concesso di mettere mano ai tubi magici. «Internet» è sacra, talmente sacra da situarsi oltre i meccanismi di rappresentanza democratica. Il fatto che la tecnologia del riconoscimento facciale si sia sviluppata indipendentemente da

«Internet» e affondi le radici nelle ricerche finanziate negli anni Sessanta da vari enti legati al dipartimento della Difesa ha poca importanza in questo contesto. ⁵ Una volta inglobata in «Internet», qualsiasi tecnologia perde la propria storia e la propria autonomia intellettuale. Diventa semplicemente parte della grande narrazione di «Internet» che, malgrado le teorie dei postmodernisti sulla morte delle metanarrazioni, è una metanarrazione in perfetta salute. Oggi, non c'è praticamente storia che non abbia un suo risvolto legato a «Internet», e la missione dei nostri apostoli di Internet consiste nel trasformare quei piccoli aneddoti in favole sulle magnifiche sorti e progressive di Internet, nuovi minuscoli capitoli di una teoria *cyber-whig* della storia. * «Internet»: un'idea che colma senza sforzo le menti, le tasche, i forzieri e persino le più lampanti lacune narrative.

Ogni volta che qualcuno vi dice: «Non è così che funziona Internet» – come continuano a ripetere i blogger esperti di tecnologia a chiunque si degni di leggere i loro sbrodolamenti – state pur certi che il vostro interlocutore considera reazionarie e antimoderne le vostre opinioni. Ma dov'è questo misterioso manuale di «Internet», in cui si spiega come funziona veramente quella gigantesca serie di tubi che i geek affermano di conoscere a menadito? Perché sono tanto restii a riconoscere che forse non c'è nulla di inevitabile nel modo in cui alcune parti di questa gigantesca «Internet» funzionano e si combinano? È proprio vero che Google non potrebbe funzionare diversamente? Senza dirlo, beninteso, i geek ammettono che non c'è nulla di permanente in «Internet»: è per questo che si sono schierati in massa contro lo Stop Online Piracy Act (SOPA) che – ironia della sorte – minacciava di alterare completamente «il modo in cui Internet funziona». Insomma, nessun intervento funzionerà mai «su Internet», a eccezione di quelli che funzionano. Il SOPA era una pessima legge, ma c'è qualcosa di strano nel modo in cui i geek, da un lato, affermano l'immutabilità e la permanenza di Internet e, dall'altro, si danno un gran daffare dietro le quinte perché resti com'è. La loro teoria contrasta nettamente con la loro pratica: una dissonanza moderna molto comune sulla quale preferiscono non soffermarsi. ⁶

«Internet» è anche un espediente per deviare il dibattito da questioni più concrete e specifiche, seppellendole in sostanza in un oscuro e improduttivo mcluhanismo che punta a scoprire una qualche inesistente verità profonda in ogni singolo medium reale. Si pensi a come Nicholas Carr, attualmente uno dei più loquaci tra gli scettici di Internet, inquadra la discussione sull'impatto che le tecnologie digitali hanno sulla nostra capacità di formulare pensieri profondi e di concentrarci. Nel suo best seller *The Shallows*, Carr si preoccupa perché «Internet» spinge il suo cervello a chiedere di «essere alimentato nel modo in cui la Rete lo alimentava, e più veniva alimentato più aveva fame». ⁷ Lamenta il

fatto che «Internet ... è un sistema veloce per fornire risposte e ricompense ... che incoraggiano la ripetizione di azioni fisiche e mentali». ⁸ Il libro è pieno di simili rimostranze. Per Carr, il cervello è al cento per cento malleabile, mentre «Internet» è al cento per cento immutabile.

Ma la «Rete» di cui scrive Carr esiste veramente? Ha senso mettere in un sol fascio siti come Instapaper – che consentono agli utenti di salvare pagine web da leggere in un momento successivo, in un ambiente senza pubblicità o altre fonti di disturbo – e, poniamo, Twitter? È inevitabile che Facebook ci suggerisca continuamente di cliccare su nuovi link? Twitter dovrebbe premiarci perché retwittiamo link che non apriamo mai? O dovrebbe punirci? O nessuna delle due cose, come avviene ora? Molte di queste domande restano aperte, e le risposte che le aziende del settore tecnologico troveranno dipenderanno, in parte, da ciò che noi, come utenti, diremo loro (purché, naturalmente, si riesca a mettere in atto un'iniziativa comune). Possono esserci resistenze di tipo commerciale all'idea di rendere meno discutibili i servizi digitali da noi usati, ma qui si tratta di esplorare il mondo dell'economia politica, non quello delle neuroscienze, anche se quest'ultimo è senz'altro più affascinante. Carr, invece, si rifiuta di abbandonare il suo concetto di «Rete», con i suoi obiettivi predeterminati e le sue caratteristiche intrinseche; anziché esplorare l'interazione tra design, economia politica e scienza dell'informazione, continua a ripetere che la «Rete», be', è una merda. Purtroppo, la situazione è destinata a non migliorare finché non smetteremo di pensare che esista da qualche parte una «Rete». Come possiamo dar conto della varietà delle logiche e delle pratiche promosse dagli strumenti digitali senza ricorrere a spiegazioni incentrate su termini come «Rete»? La «Rete» è una parola che dovrebbe comparire all'ultima – non alla prima! – pagina dei nostri libri sulle tecnologie digitali: non può autogiustificarsi.

Come aveva già fatto Marshall McLuhan prima di lui, Carr vuole elencare, classificare e confrontare media diversi e giungere a una specie di ordinamento gerarchico quasi-scientifico (McLuhan era arrivato al punto di calcolare i tassi di senso insiti in ognuno dei media da lui «studiati» ⁹). Questo approccio «media-centrico» finisce per trascurare la varietà delle pratiche concrete rese possibili da ciascun medium. C'è chi magari odia la televisione per l'eccesso di pubblicità, ma una rete finanziata con denaro pubblico potrebbe non aver affatto bisogno di pubblicità: non è detto che un programma televisivo debba essere interrotto dalla pubblicità. I videogame possono renderci più violenti, ma possono anche fare molte altre cose, e in così tanti modi che parrebbe ingeneroso legarli a quell'unica funzione. ¹⁰ Il «New York Times» ha ben poco in comune con il «Sun», e la NPR non ha niente a che fare con Rush Limbaugh. *

Allo stesso modo, non c'è nulla di inevitabile nel fatto che Google renda permanentemente disponibili le informazioni o nel fatto che Facebook pubblicizzi prodotti di cui non si sente il bisogno e non limiti, poniamo, a dieci al giorno il numero di link mostrati agli utenti. Queste non sono caratteristiche «intrinseche» della «Rete». Le suddette aziende hanno fatto certe scelte – forse per ragioni di affari o per pura arroganza e presunzione – ma avrebbero potuto benissimo farne altre. Anzi, tutte queste aziende sembrano aggiungere o togliere elementi con ritmo pressoché settimanale; questo è, quantomeno, un valido argomento per negare che le loro piattaforme siano, in un certo senso, solo un modo in cui la «Rete» ci parla. Posto che la «Rete» abbia una voce, quando ci parla, è la voce di uno schizofrenico.

Dato il suo media-centrismo McLuhaniano, non sorprenderà che Carr abbia poco da dire sul modo di combattere tutti gli inconvenienti digitali che identifica: il suo concetto indefettibile e rigido della «Rete» gli impedisce di immaginare le riforme strutturali che potrebbero ridurre il danno («A me interessa descrivere, non prescrivere» ha dichiarato al «New York Observer»). ¹¹ Nell'universo di Carr possiamo soltanto dotarci di software capaci di tagliare le nostre connessioni a Internet. O possiamo trasferirci nel sacro silenzio delle catene montuose del Colorado, come ha fatto lui per scrivere il suo libro. Mettere mano ai meccanismi della «Rete» non è solo impossibile, bensì addirittura impensabile: la sua logica non può essere rovesciata, ma soltanto (talvolta) elusa.

Contro la natura di Internet

In realtà, gli scettici e gli entusiasti di Internet condividono molte posizioni: per sostenere le loro tesi dipendono gli uni e gli altri da un concetto stabile di «Internet». Se si toglie questo concetto, con il contorno di assunti semplicistici sui benefici insiti nella sua apertura e nel suo carattere pubblico, gli esperti sono improvvisamente costretti a confrontarsi con questioni empiriche complesse, ad approfondire la politica degli algoritmi, a fare i conti con la storia delle tecnologie di riconoscimento facciale, a comprendere come funzionano veramente tecnologie quali la «deep packet inspection». * Finché l'internet-centrismo regnerà incontrastato, il nostro dibattito sulla tecnologia è destinato a impigrirsi, a restare superficiale e improduttivo: «Internet», per quante conferenze TED o Kindle Singles le si possano dedicare, non potrà dirci se occorrerà prevedere periodiche revisioni pubbliche di certi giganteschi motori di ricerca come Google. Naturalmente, gli esperti potrebbero affermare che tali pratiche sarebbero «una guerra contro il carattere aperto di Internet», ma questo è proprio il tipo di discorso che dovremmo evitare, dato che fa affermazioni su

quella che appare come un'entità leggendaria.

È normale, quindi, che immaginare una vita dopo «Internet» risulti spesso un esercizio disperato, un biglietto di sola andata verso l'irrilevanza, il cinismo o la follia. «Internet», a quanto pare, è destinata a sussistere in eterno, e il suo carattere definitivo è raramente contestato: «la Rete», come assicura Lawrence Lessig, suo principale teorico, sulle pagine di «New Republic», «non andrà via». ¹² Non solo non ricordiamo più com'era il mondo prima di Google, Facebook e Wikipedia, ma anche enormi pezzi di quel mondo non esistono più o, come nel caso dell'edizione cartacea dell'*Encyclopaedia Britannica*, sono in via di liquidazione. Qualcuno potrebbe provare nostalgia per l'epoca in cui si sfogliavano quei pesanti tomi polverosi, ma in generale si direbbe che l'umanità ha scommesso sulla sua più giovane, più snella e più efficiente progenie.

Eppure, c'è qualcosa di curioso nell'incapacità della nostra immaginazione collettiva di eludere il pensiero di «Internet». Non se ne parla più come di qualcosa di contingente, che un domani potrebbe non esserci; sembra avere piuttosto un carattere fisso e permanente, forse addirittura ontologico: «Internet», semplicemente, è e sempre sarà. Per parafrasare ciò che dice Frederic Jameson del capitalismo, è più facile immaginare la fine del mondo che la fine di «Internet». ¹³

Ovviamente, c'è chi sostiene di essere ancora in grado di immaginare come sarebbe restare senza «Internet» e i suoi giocattoli per una settimana o due. Ciò che non capiscono è che questa esperienza dell'«offline» è a sua volta profondamente influenzata dall'esperienza dell'«online»: il fatto che noi continuiamo a pensare la tecnologia attraverso la lente di questa dicotomia tra le due modalità è anch'esso un fatto storico contingente, non un fatto naturale derivante da Dio. ¹⁴ È senz'altro possibile pensare ad attività come la ricerca e il social networking senza presupporre una tale frattura tra due mondi apparentemente diversi. Quand'anche, però, noi mettessimo tra parentesi le preoccupazioni relative a questa dicotomia, una tale ritirata da «Internet» non è come immaginare un mondo completamente diverso, un mondo in cui tale ritirata non sarebbe nemmeno più richiesta, perché l'oggetto stesso del desiderio non è più disponibile. Un mondo in cui non ci sia «Internet» da cui ritirarsi sfugge alle nostre capacità imaginative.

Ancora più curioso è il fatto che persino i nostri tecnologi più smart – quelli, cioè, che ogni mattina vedono il futuro nello specchio del bagno – sono impotenti di fronte a questa impresa. Questi *techies*, che adorano il dio della distruzione creativa e pregano sull'altare dell'innovazione e vedono industrie nascere e morire senza versare una lacrima, potranno anche passare i weekend a estrarre minerali dagli asteroidi e a fare jogging su altri pianeti, ma nemmeno

loro sono in grado di immaginare come morirà «Internet» né tantomeno ciò che le subentrerà. I loro modelli predittivi sono in grado di prevedere e calcolare le probabilità (e forse anche le conseguenze) di una rivolta globale dei porcospini, ma il profilo elementare di un mondo senza cavi, interruttori e URL resta al di là delle loro capacità di simulazione.

È sempre stato così? In epoca vittoriana si riusciva a immaginare la vita dopo il telegrafo e la macchina a vapore? Guglielmo Marconi e i suoi discepoli erano capaci di immaginare la vita dopo la radio? E gli americani degli anni Cinquanta quella dopo la televisione? E i francesi quella dopo il Minitel? La fantascienza e la letteratura utopica di tutte queste epoche contengono numerose testimonianze di sforzi in questo senso. Naturalmente si potrebbe obiettare che queste analogie sono imperfette, se non scorrette. Innanzitutto, la radio e la televisione non sono scomparse, e solo nel giugno 2012 i francesi hanno definitivamente staccato la spina al Minitel. ¹⁵

E poi la radio, la televisione, persino il telegrafo – che cos'è, infatti, l'e-mail se non un telegrafo migliorato? – si sono reinventati online. Questo, però, non fa che aggiungere confusione alla nostra indagine, perché ora che le altre tecnologie sono in gran parte mediate da «Internet» è ancora più difficile immaginare in che modo tutto questo apparato possa essere soppiantato da qualcos'altro. Sembra che, se «Internet» se ne va, l'intero armamentario delle nostre tecnologie – tutti quei manufatti esibiti nei nostri musei della scienza e della tecnica e nei manuali di storia – se ne andrà con essa.

Forse, però, noi non riusciamo a immaginare la vita dopo «Internet» perché crediamo che «Internet» non andrà da nessuna parte. Se il dibattito pubblico può fungere da valido indicatore, la definitività di «Internet» – la fede nel fatto che rappresenti la tecnologia definitiva, la rete definitiva – è stata ampiamente accettata. È la versione della fine della storia adattata alla Silicon Valley: come nel controverso saggio di Francis Fukuyama la democrazia liberale sostenuta dal capitalismo resta l'unico gioco praticabile, così avviene per «Internet» sostenuta dal capitalismo. ¹⁶ È, secondo questa logica, un dono prezioso degli dei che l'umanità non dovrebbe mai abbandonare né manomettere. Pertanto, mentre «Internet» può interferire con tutto, con «Internet» non bisogna interferire. È destinata a persistere, e a noi conviene prenderne atto, scoprirne la vera natura, accettarne ogni suo aspetto come un dato immutabile, trarne gli insegnamenti che offre e riorganizzare il nostro mondo di conseguenza. Se vi sembra una specie di religione, è solo perché lo è.

Questo concetto di «Internet» emerge quando, per esempio, Eric Schmidt, di Google, afferma che «i legislatori dovrebbero seguire la natura di Internet, anziché andare contro di essa», ¹⁷ o quando Rebecca MacKinnon, eminente

analista di politiche del digitale, osserva che «se non ci sarà un significativo aggiornamento, il [nostro] sistema politico continuerà a produrre leggi incompatibili con Internet». ¹⁸ È lo stesso concetto di «Internet» invocato da Jeff Jarvis, celebre blogger di tecnologia e scrittore, quando, parlando della sensibilità dei tedeschi per le questioni legate alla privacy, la ascrive alla «tormentosa paura che la loro tradizione stia entrando in radicale conflitto con la cultura di Internet, cioè con il futuro». ¹⁹

Tutti questi pensatori considerano «Internet» come un'entità fissa e unitaria, ricca di significato e pedagogica, potente e invincibile. E, come afferma Jarvis, è «il futuro». Sulla stessa falsariga, Paul Graham, noto investitore nel campo della tecnologia, scrive: «Web 2.0 significa usare il Web come sin dall'inizio doveva essere usato. I “trend” a cui assistiamo oggi sono soltanto la natura intrinseca del Web che emerge da sotto i modelli inizialmente imposti e distrutti nel corso della Battaglia». ²⁰ Si ritiene, insomma, che «Internet» possieda una natura intrinseca, una logica, una teleologia, e che questa natura si stia rapidamente dispiegando sotto i nostri occhi. Possiamo anche metterci comodi e goderci la scena: «Internet» provvederà a se stessa, e a noi. Se nel frattempo la vostra privacy scomparirà, ciò è semplicemente quanto le divinità di Internet si riproponevano sin dall'inizio.

Basterà, forse, un ultimo esempio del sentimento quasi-religioso suscitato da «Internet». David Post, uno dei primi fautori dell'idea secondo cui «Internet» rappresenterebbe una fase totalmente nuova e senza precedenti nella storia dell'umanità, ritiene che «Internet» potrebbe essere stimolata da leggi e regole salde e inviolabili come quelle della natura. Respingendo le ragionevoli osservazioni di Lessig che nega a «Internet» una natura e una finalità intrinseche, e ci invita a evitare la mentalità «presentista» per cui si crede che «Internet» sarà sempre libera com'è adesso, Post considera «Internet» come qualcosa di soprannaturale e autonomo. (È curioso notare che la posizione di Lessig, qui, è l'esatto opposto di quella adottata su «New Republic» a proposito della Rete che «non andrà via», ma non c'è da sorprendersi: come accademico, Lessig sa bene che non c'è nulla di fisso in «Internet», ma come attivista sa che, sostenendo la persistenza della Rete, gli risulterà più facile raggiungere i propri obiettivi.) Ecco che cosa scrive, testualmente, Post:

Esistono leggi di natura ... Esistono leggi della crescita, e delle proporzioni, e dell'organizzazione, ragioni per cui le visite sui siti web, la connettività a Internet, la popolazione delle città e la frequenza delle parole seguono tutte lo stesso modello, ragioni per cui l'unica rete globale è l'unica caratterizzata da design *end-to-end* e instradamento distribuito, anche se probabilmente comprendiamo

queste leggi ... in maniera imprecisa. Eppure sono cose importanti ... Possiamo inveire contro la legge di gravità, ma se non ne teniamo conto, i ponti che costruiamo finiranno per crollare ... Non si pecca di «presentismo», come direbbe Lessig, se si continua a studiarle e a tentare di capirne il funzionamento. ²¹

In altre parole, la «natura di Internet» cui allude Eric Schmidt è reale – per quel che ne sappiamo, potrebbe essere reale quanto la gravità – e dovremmo continuare a studiarla, scrutando nel profondo dell'anima di «Internet». Come siamo arrivati al punto di presumere che «Internet» si sviluppi secondo leggi stabili e naturali come quella di gravità? Il fatto che un accademico serio, docente di diritto, possa fare affermazioni del genere senza essere tacciato di essere quantomeno un illuso è segno dell'acriticità raggiunta dalle discussioni su «Internet».

Il falso pedagogismo di «Internet»

«Internet» ha un messaggio da comunicare all'umanità? Contiene importanti lezioni cui noi tutti dobbiamo prestare orecchio e forse incorporare nelle nostre istituzioni? Ci aiuta a riscoprire verità da tempo dimenticate sulla natura umana? Sempre più persone – non solo gli intellettuali nelle loro torri d'avorio, bensì anche i soldati semplici della guerra di Internet, gente che entra a far parte di Anonymous e alle elezioni vota per i rappresentanti del Partito Pirata – rispondono affermativamente a queste domande. È questa tendenza a vedere in «Internet» una fonte di saggezza e di consigli politici ciò che trasforma questo poco interessante insieme di cavi e router in una seducente ed elettrizzante ideologia, forse l'ideologia suprema dei nostri tempi.

Steven Johnson, che scrive di scienza e tecnologia, ha fornito la sintesi forse più acuta di questa ideologia in *Future Perfect*. Per Johnson, «Internet» è molto più di un sistema a buon mercato per inviare messaggi via Skype o aggiungere commenti ridicoli ma non divertenti sotto fotografie di gattini. Al contrario, è un modello intellettuale di come la società stessa dovrebbe essere riorganizzata; non è «la soluzione al problema, ma un modo di pensare al problema». ²² Pertanto, scrive Johnson, «Internet potrebbe essere impiegata direttamente per migliorare la vita delle persone, ma anche per imparare in che modo è stata organizzata e applicare gli stessi principi al miglioramento dei sistemi di governo e dei sistemi didattici nelle scuole». ²³ Non stupirà, quindi, il fatto che Johnson equipari i più importanti sviluppi della storia di Internet, con il loro significato politico, a eventi quali la Rivoluzione francese o la caduta del Muro di Berlino. Insomma, «anche la creazione di ARPANET e del TCP/IP ... dovrebbe essere considerata una

pietra miliare nella storia della filosofia politica». ²⁴ Insomma, a Hobbes e Rawls dovremmo aggiungere ora ARPANET e TCP/IP.

Perché? Be', Johnson ritiene che siti come Wikipedia o Kickstarter, nota piattaforma di autofinanziamento per aspiranti artisti e geek, funzionino perché incorporano lo spirito decentralizzante di «Internet», lo stesso spirito che pervade e regola le sue reti fisiche. Ed è, naturalmente, lo spirito vincente: tutto ciò che viene toccato da «Internet» migliora automaticamente, diventa più smart, più bello. «In modo lento ma costante, un po' come è avvenuto con la creazione della stessa Internet, abbiamo cominciato a pensare, sempre più numerosi, che i principi fondamentali che reggevano la struttura della Rete potessero essere usati per risolvere altri tipi di problemi: i problemi con cui hanno a che fare i quartieri, gli artisti, le compagnie farmaceutiche, i genitori, le scuole» scrive Johnson. ²⁵

Quali conseguenze pratiche ha questo fenomeno? Si consideri un unico esempio: secondo Johnson, un sito come Kickstarter rappresenta un modello di finanziamento delle arti assai migliore di quello, poniamo, del National Endowment for the Arts (NEA); anzi, secondo lui, non ci vorrà molto perché Kickstarter soppianti il NEA. «La questione con Kickstarter, dati i suoi tassi di crescita, non è se sarà in grado di rivaleggiare con il NEA nel sostegno offerto alle arti. La domanda è se arriverà a essere dieci volte più grande del NEA.» ²⁶ In altre parti del libro, Johnson dice che lui non ha intenzione di rottamare il NEA, ma solo di farlo funzionare un po' di più alla maniera di Kickstarter; l'aspetto interessante, però, è che Johnson non spiega con chiarezza perché il NEA dovrebbe assimilarsi a Kickstarter né perché quest'ultimo rappresenterebbe un modello migliore. Forse per Johnson non è nemmeno necessario, perché i suoi lettori sono in grado di cogliere l'argomentazione implicita: l'approccio di Kickstarter è migliore per il semplice fatto che arriva da «Internet».

Questa affermazione strampalata e miope si concentra sul meccanismo di funzionamento della piattaforma anziché sulla sostanza di ciò che istituzioni come il NEA effettivamente fanno. Kickstarter funziona così: i creatori – può trattarsi di start-up intenzionate a realizzare una bella app o un nuovo gadget, oppure di artisti che vogliono produrre un video musicale – postano le loro richieste di finanziamento sul sito; se e quando un numero sufficiente di persone contribuisce, i creatori disporranno del denaro necessario per avviare il loro progetto. Molti progetti non raggiungono il traguardo prefissato e non ricevono soldi; quelli che ci riescono non riescono talvolta a mantenere le promesse (il più celebre fallimento di un progetto finanziato con Kickstarter è quello di Diaspora, una sfortunata start-up che mirava a soppiantare Facebook offrendo agli utenti una maggiore privacy; lanciato nell'aprile 2010, il progetto – funestato anche dal suicidio di uno dei suoi cofondatori – era già in declino nell'agosto 2012). ²⁷

Alcuni progetti si realizzano, ma perlopiù sono alla mercé della «viralità»: se la gente online trova allettante un progetto, il denaro arriva, spesso in misura superiore alle richieste iniziali.

In effetti, questo modello è molto diverso dalla struttura gerarchica verticistica del NEA, in cui una manica di burocrati dalle velleità artistiche decide in totale autonomia quali opere e artisti finanziare. Tuttavia, il fatto che Kickstarter offra una piattaforma più efficiente per la raccolta di fondi a favore di certi progetti – aggirando la burocrazia e ampliando la partecipazione – non significa che promuoverà un’arte migliore e più innovativa, o sosterrà opere che, nella nostra epoca caratterizzata da filmati di gattini, potrebbero sembrare antiquate e non necessarie. I siti come Kickstarter tendono a favorire progetti «demagogici» che non sono gioco forza positivi per le arti in generale. Lo stesso discorso vale per altre istituzioni governative o paragonate: se il National Endowment for Democracy funzionasse come Kickstarter, dovrebbe spendere tutti i suoi soldi per finanziare progetti come la popolarissima campagna Kony 2012, che tutto sommato potrebbero risultare di secondaria importanza sia per la promozione della democrazia sia per la politica estera americana in generale.

Inoltre, non è così scontato che questo sistema promuova equità e giustizia. Contrariamente a quanto pensano molti dei più entusiasti tifosi di Internet, la viralità è raramente un effetto naturale e autosufficiente. I memi nascono liberi, ma sono ovunque in catene: le catene delle agenzie di pubbliche relazioni e degli artisti freelance solitari. Le une e gli altri si sono perfettamente adattati al nuovo mondo digitale e hanno trovato modi di produrre viralità manipolando l’economia dei social media. Sanno come ammannire la roba giusta ai blogger, creare fermento su piattaforme importanti anche se di nicchia e, sfruttando il fatto che molti giornalisti professionisti leggono siti come Gawker e l’Huffington Post, estendere la propria portata al di là dei social media.

Quindi, sebbene Kickstarter possa darci l’illusione di essere più efficiente del NEA nella distribuzione dei finanziamenti agli artisti, sarebbe da ingenui e da miopi non tener conto del fatto che con questo sistema – aspetto ben più rilevante dell’efficienza della piattaforma – otterremmo un tipo di arte molto diversa.

In che senso? L’accademico danese Inge Ejbye Sørensen ha studiato l’influenza del *crowdfunding* ²⁸ sulla produzione di documentari nel Regno Unito. A questo riguardo, la Gran Bretagna è un paese particolare, nel senso che gran parte dei documentari che vi si realizzano sono prodotti e finanziati per intero da una delle quattro principali stazioni televisive (BBC, ITV, Channel 4 e Channel 5), che dettano le condizioni al film-maker. Al confronto, il crowdfunding e Kickstarter sembrano liberatori, se non addirittura rivoluzionari.

Come spiega Sørensen, questa rivoluzione ha alcuni effetti indesiderati. In primo luogo, Kickstarter potrà produrre molti nuovi documentari, ma è probabile che saranno di un tipo molto particolare (questa critica si applica anche ad altri siti del genere, come indiegogo.com, sponsume.com, crowdfunder.co.uk e pledgie.com). Molto probabilmente si tratterà di film legati a campagne o a questioni sociali, sulla falsariga di *Super Size Me* o *Una scomoda verità*. I loro registi si prefiggono un cambiamento sociale e si appellano a un pubblico di attivisti che condivide la proposta politica del documentario. Un documentario che voglia esplorare le cause della prima guerra mondiale sarà probabilmente destinato a ricevere meno – o zero – finanziamenti online di un documentario che analizzi le cause del cambiamento climatico. In secondo luogo, alcuni film presentano costi iniziali significativi (si pensi alla docu-fiction o ai film storici) e notevoli rischi sul piano legale, difficili da quantificare e da prevedere. Poniamo che vogliate fare un film d'inchiesta sull'industria del petrolio. Se avete alle spalle gli avvocati della BBC, sarete inclini a correre molti più rischi di quanti ne correreste se doveste affidarvi al crowdfunding. Se però la vostra piattaforma preferita è Kickstarter, quasi sicuramente eviterete di avventurarvi sullo spinoso terreno delle questioni legali.

Entrambi questi argomenti mostrano il pericolo insito nel considerare il fulmineo Kickstarter alimentato dal pubblico come un'alternativa (anziché un complemento!) a mastodonti quali la BBC o, nel contesto americano, il NEA. Rientrerebbe alla perfezione nella retorica di David Cameron sulla «Big Society» – dove gli individui assumono ruoli e funzioni finora esercitati dalle istituzioni – ma sarebbe un errore pensare che questi due approcci producano contenuti identici con mezzi diversi. È molto difficile che certi contenuti vengano sovvenzionati con il crowdfunding.

Johnson, tuttavia, non ha come obiettivo la riforma del NEA per ragioni estetiche: secondo lui, Kickstarter è migliore perché corrisponde di più allo stile di Internet ed è più partecipativo. Che queste considerazioni possano essere irrilevanti ai fini del finanziamento delle arti non sembra turbarlo. Ecco l'internet-centrismo all'opera: i presunti valori di «Internet» – che si tratti di apertura o partecipazione – diventano l'inestimabile termine di paragone per valutare ogni campo dell'iniziativa umana, quali che ne siano le finalità e gli standard.

Ma c'è un altro problema. Definire i valori di Internet è impresa notoriamente ardua. Si prenda per esempio Jeff Jarvis, uno dei massimi guru di Internet, che nel suo primo libro, *What Google Would Do?*, ²⁹ invita le altre istituzioni – sia a scopo di lucro sia no-profit – a copiare la filosofia imprenditoriale di Google. Il suo ragionamento recita così: «Internet» sembra aperta, pubblica, fondata sulla

cooperazione. Anche Google lo sembra, e prospera. I suoi valori, dunque, sono l'apertura, la trasparenza e la cooperazione: sono gli stessi valori di Internet, e creano profitti ed efficienza. Pertanto, ragiona Jarvis, «Internet» ci dice qualcosa di molto importante su Google, e Google ci dice qualcosa di molto importante su «Internet». Con una logica così circolare, è impossibile che guru come lui possano mai cadere in errore.

Come si è visto negli ultimi anni, però, Google non è mosso da un'ideologia di apertura o trasparenza; ora come ora, sembra badare soltanto alla concorrenza sul mercato. Quando riteneva di essere molto più avanti di Facebook e di Apple, costruiva piattaforme aperte e lanciava servizi che non producevano profitti, ma erano utili. Ma quei tempi sono finiti da un pezzo: Google ha chiuso molte delle piattaforme celebrate da Jarvis e si è fatto molto più cauto, facendo pagare qualcosa per alcuni servizi ed eliminandone altri. Nel 2010 ha abbandonato a tutti gli effetti qualunque impegno all'«apertura», firmando un accordo con Verizon sulla gestione del traffico su reti mobili.³⁰ È vero che per molto tempo Google è rimasta fuori dal business dei contenuti – caratterizzandosi come piattaforma per accedere a contenuti altrui – ma oggi possiede la guida Zagat dei ristoranti e le guide turistiche Frommer's, e fornisce i propri contenuti nei risultati delle ricerche. Si può dire che Google sia oggi meno «Internet company» di quando Jarvis pubblicò il suo libro? O può darsi che Google non abbia mai avuto alcuna lezione da impartire su «Internet» e che ogni lezione in questo campo sia sempre transitoria e in divenire?

Oppure si prenda Wikipedia, che è sicuramente il modello preferito dai soluzionisti per ricostruire il mondo. Libri con titoli come *Wikinomics* e *Wiki Government*³¹ sono una chiara testimonianza del ruolo che questo sito gioca nell'immaginario dei soluzionisti. Il problema, se si sceglie Wikipedia come modello, sta nel fatto che nessuno – nemmeno Jimmy Wales, il suo fondatore – sa davvero come funziona. Presumere di poter distillare lezioni che cambiano la vita per poi applicarle a campi totalmente diversi denota a dir poco una certa arroganza. Peggio ancora, la stessa Wikipedia è soggetta a una quantità di miti che potrebbero dar luogo a soluzioni a essa ispirate, ma che ne tradiscono lo spirito.

«La burocrazia di Wikipedia è proporzionalmente così piccola da risultare invisibile» afferma l'esperto di tecnologie Kevin Kelly, confessando che «buona parte delle mie convinzioni sulla natura umana, e sulla natura della conoscenza, è stata capovolta da Wikipedia». ³² Ma quali erano le convinzioni di Kelly prima di Wikipedia? Kelly scrive: «Tutto quel che sapevo sulla struttura dell'informazione mi aveva fatto credere che il sapere non sarebbe emerso spontaneamente dai dati, senza l'impiego di tanta energia e tanta intelligenza

deliberatamente rivolta alla loro trasformazione». ³³ Quant'era ragionevole crederci! Solo che oggi non c'è ragione per smettere di crederci. Wikipedia, a quanto pare, ha una burocrazia enorme, altro che piccola; le sue regole toccano le questioni più arcane (basti pensare al WP:MOSMAC, che regola il modo in cui gli articoli di Wikipedia devono trattare «la Repubblica di Macedonia e la provincia greca della Macedonia»). ³⁴ Secondo una stima eseguita nel 2006, le discussioni sulla gestione e le politiche editoriali di Wikipedia – la sostanza di cui è fatta la burocrazia – costituivano almeno un quarto di tutto il sito. La sua burocrazia è tutt'altro che piccola, ³⁵ e cominciare ad applicare le lezioni impartite da Wikipedia prima di averle realmente comprese è una ricetta per il disastro. Il fatto che la burocrazia sia invisibile per quelli come Kelly significa solo che stanno guardando dalla parte sbagliata: il compito di una solida analisi delle tecnologie – che non sia succube dell'internet-centrismo – consiste nel rendere visibile l'invisibile.

La migliore spiegazione di Wikipedia è quella fornita da chi ci lavora: Wikipedia funziona nella pratica ma non nella teoria. È una bellissima battuta e, oltre a essere divertente, sottolinea il fatto che non disponiamo di teorie adeguate per comprendere Wikipedia. Forse non dovremmo neppure darcene per cercarle, queste teorie, dato che finiranno inevitabilmente per mancare la presa sul ricco mondo delle pratiche e dei mediatori che la fanno funzionare. Non c'è nulla di male nell'essere umili e nel riconoscere i limiti della propria capacità di comprensione. Ovviamente, il fatto che qualcosa non rientri alla perfezione in una teoria generale su «come funziona Internet» non basta certo a rendere Internet inefficiente, come dimostra l'esempio di Wikipedia. D'altra parte, considerando quant'è scarsa la nostra conoscenza di Wikipedia, aspettarsi di poterla usare magicamente come modello per affrontare qualsiasi problema scottante sarebbe una pericolosa ingenuità.

Se i teorici di Internet fossero dei buttafuori

L'internet-centrismo si è fatto strada anche nel pensiero regolativo. Una delle più attraenti teorie contemporanee sulla regolazione di Internet, avanzata da Jonathan Zittrain, docente di diritto informatico a Harvard, si fonda sul concetto di «generatività». Si parte dall'assunto secondo cui l'innovazione sprigionata da «Internet» sarebbe da ricondurre soprattutto alla sua apertura. Su «Internet», nessuno deve chiedere il permesso per lanciare un nuovo servizio. Google ha potuto creare un motore di ricerca senza negoziare con gli ISP (Internet Service Provider). Wikipedia ha potuto creare un'enciclopedia senza negoziare con strutture quali Microsoft o AOL. Skype ha potuto creare il suo notevole

programma senza negoziare con AT&T.

Come spiegazione di quello che è successo negli ultimi due decenni, la teoria di Zittrain è molto elegante e incisiva. ³⁶ Il punto, però, è che la teoria della generatività prescrive anche il modo in cui le cose dovranno essere fatte in futuro: se vogliamo che continui la grande ondata di innovazione, recita questa tesi, dovremmo mantenere – fino a difenderla in maniera proattiva – l’apertura di «Internet». Qualunque sviluppo teso a introdurre elementi di controllo nell’ecosistema di «Internet» – per esempio, la recente mania delle app per smartphone e tablet – dev’essere esaminato con attenzione e, nella maggior parte dei casi, contrastato, perché i nuovi controllori, avidi come sono, potrebbero non avere a cuore gli interessi di «Internet». Nel mio libro, un indice per determinare la bontà di una teoria del cambiamento o dell’innovazione in campo tecnologico è la sua capacità di prevedere – o almeno di immaginare – il modo in cui una tecnologia in voga potrebbe entrare in crisi. Non è poi così assurdo attendersi dai teorici dell’innovazione che siano preparati all’eventualità che la tecnologia da loro celebrata in un dato momento possa anch’essa entrare in crisi per effetto delle stesse forze dirompenti che le hanno inizialmente consentito di affermarsi. In altre parole, se potessimo viaggiare a ritroso nel tempo e applicare quel che abbiamo imparato su «Internet» per scrivere regole migliori per la telefonia, terremmo probabilmente in maggior conto la possibilità che il telefono a un certo punto scompaia. Lo stesso dicasi per il telegrafo, la radio e persino la televisione. Se avessero una seconda opportunità, i migliori teorici dell’innovazione in tutti questi settori dedicherebbero molto più tempo a tentare di prevedere la fine dell’oggetto dei loro studi – che si tratti del telegrafo, della radio o della televisione – anziché articolare criteri e condizioni per consentire a questi oggetti di durare in eterno. Questo, perlomeno, è quanto si ricava se si presume che l’innovazione debba essere indipendente dalle piattaforme e che la sua massimizzazione su tutte le piattaforme – comprese quelle future e non ancora immaginate – debba essere lo scopo finale di un’efficace regolazione.

La teoria della generatività, però, non si cura della spinosa questione di come «Internet» morirà, anche perché Zittrain, sotto l’influsso dell’internet-centrismo, vuole a tutti i costi che «Internet» sia eterna. La sua teoria spiega come fare perché «Internet» possa vivere per sempre. Questo, beninteso, non viene mai detto esplicitamente, perché Zittrain presume – giustamente – che il suo pubblico di geek condivida il desiderio di rendere immortale il loro feticcio. Tuttavia, non dovremmo confondere la nostra infatuazione per «Internet» con un’autentica teoria dell’innovazione. Una teoria solida, anziché trattare «Internet» come fosse un dono irrevocabile fatto alla civiltà, confronterebbe i potenziali di innovazione di molte piattaforme e tecnologie diverse, incluse quelle che potrebbero un

giorno soppiantare «Internet».

Certo, possono sorgere altre grosse preoccupazioni sociali, politiche e persino estetiche a proposito della sfida alle «forme di vita» digitali rappresentata dallo sviluppo delle app. Ma sostenere che Apple – additata da Zittrain come uno dei colpevoli – sia nociva per l'innovazione perché è nociva per «Internet» è come affermare che «Internet» sarebbe nociva per l'innovazione perché è nociva per il telefono. Per il telefono sarà anche stato un male, ma quando mai la salvaguardia del telefono ha rappresentato un nobile fine sociale? Un simile internet-centrismo finalistico non dovrebbe trovare spazio nel nostro pensiero regolativo. Eppure, ahimè, la salvaguardia di «Internet» sembra essere diventata un fine in sé, con grande nocimento per la nostra capacità di immaginare che qualcosa possa soppiantarla e di vedere come il nostro feticismo di Internet possa impedire a questo qualcosa di emergere. Scegliere «Internet» invece del futuro quanto mai incerto del mondo post-Internet equivale ad ammettere tacitamente che «Internet» ha soddisfatto tutti i nostri progetti, sogni e desideri segreti – cioè costituisce davvero la «fine della storia» versione Silicon Valley – oppure che semplicemente non riusciamo a immaginare quali altre cose potrebbero nascere dall'innovazione.

La cosa buffa è che la teoria della generatività di Zittrain, se da un lato è assai critica nei confronti di controllori come Apple, opera essa stessa da controllore. Se da un lato la generatività dà il via libera all'innovazione buona, affidabile e prevedibile, quella che promette di rimanere entro i confini di «Internet» e di lasciare le cose come sono, guarda con sospetto – e, se possibile, blocca – quel tipo di innovazione inquieta e dirompente che potrebbe anche nascere all'interno di «Internet» ma minaccia, in definitiva, di trascenderla, soppiantarla e, forse, eliminarla. Zittrain cerca di universalizzare quelli che lui considera i principi operativi di «Internet» e li presenta come fondamenti oggettivi, eterni e indiscutibili su cui la stessa teoria dell'innovazione potrà d'ora in poi reggersi. Insomma, se l'apertura – come sostengono alcuni – è uno degli elementi caratterizzanti di «Internet», eccola magicamente trasformata in un termine di paragone oggettivo per valutare il futuro dell'innovazione. L'espansione aggressiva in ambiti estranei è una delle caratteristiche dell'internet-centrismo, che colonizza intere teorie e sfere, imponendo i propri valori – apertura, trasparenza, disarticolazione – a tutto ciò che tocca. Tuttavia, se mettiamo da parte il bene di «Internet», non c'è assolutamente nulla nell'approccio pratico con cui Apple gestisce il suo App Store o esercita il controllo sui propri gadget che sia un male ai fini dell'innovazione. Il suo approccio potrà anche non essere «aperto» e sarà magari poco «internet-compatibile», ma questi criteri hanno senso solo in un mondo in cui il bene di «Internet in sé» è l'alfa e l'omega di

tutto, il sommo bene. Questo sarà anche un mondo in cui Jonathan Zittrain e molti altri geek sarebbero ben felici di vivere, giacché le ideologie hanno la tendenza a dipingere le altrui visioni del mondo come irrilevanti o impossibili. In realtà, però, il controllo e la centralizzazione non sono per natura antitetici all'innovazione: se siamo giunti a convincerci del contrario, una parte della colpa è senz'altro da attribuire a «Internet».

Woody Allen ha scritto un divertente pezzo satirico intitolato *Se gli impressionisti fossero stati dentisti* in forma di epistola inviata da un immaginario Vincent van Gogh al fratello («Theo ... la signora Sol Schwimmer mi fa causa perché le ho fatto un ponte come me lo sentivo e non sulla misura della sua stupida bocca ... Lei sostiene che non può masticare! Cosa m'importa se può masticare o no!»). ³⁷ Il mondo di «Internet» è ancora in attesa del suo Woody Allen, ma una satira di questo genere – qualcosa tipo *Se i teorici di Internet fossero stati dei buttafuori nei locali notturni* – sarebbe utilissima. Se la teoria di Jonathan Zittrain è da prendere come un'indicazione, il suo nightclub Apple sarebbe gestito come un'oasi d'apertura – che gliene importa se qualche cliente si presenta ubriaco o armato o carico di droga? – e questa apertura farebbe felici tutti i frequentatori del locale. È una teoria interessante, ma c'è un motivo per cui i veri locali notturni non si rifanno a una radicale teoria dell'apertura: l'apertura totale rovina l'esperienza esclusiva del club. Ora, i teorici di Internet potrebbero obiettare: che cosa ce ne importa dell'esperienza esclusiva, se all'interno del locale c'è una fantastica atmosfera di apertura? Be', allora tanti auguri.

Il pensiero di Zittrain è espressione di un paradosso più generale che è diventato onnipresente nei dibattiti su Internet. È raro trovare tra i lettori di blog di tecnologia o tra i partecipanti ai convegni su temi tecnologici chi non abbia sentito annunciare l'esistenza di una qualche forza oscura e maligna – Hollywood, la National Security Agency, la Cina, Apple – sul punto di «distruggere Internet». I tecnologi e i geek – coloro che dedicano in assoluto più tempo a filosofare su «Internet» e il suo futuro – continuano a ricordarci che «Internet» è instabile e rischia di cadere a pezzi. A parte la saltuaria ammissione che il mondo continuerà a essere quel che è, a parte il divertimento e la comodità, nessuno sembra in grado di immaginare ciò che ci attenderà quando «Internet» crollerà davvero. La cosa certa è che crollerà, a meno che non si adotti qualche drastico rimedio per far sì che si conservi nello stato attuale. Di qui la cosa più ridicola di tutte: un giorno ci viene detto che «Internet» non se ne andrà mai, tanto che ci conviene riplasmare le nostre istituzioni in base alle sue esigenze, e il giorno dopo ci si dice che è così fragile che praticamente chiunque o qualunque cosa potrebbe infliggerle un colpo letale.

Si sarebbe tentati di liquidare questo paradosso come una banale contraddizione insita nella logica geek. O magari, come nel caso di Lessig, potrebbe trattarsi soltanto di un trucco retorico, uno scaltro inganno che promuove alcune importanti cause politiche – per esempio, la riforma del diritto d'autore, la neutralità della Rete o l'opposizione alla sorveglianza e alla censura – sollecitando le nostre istituzioni giudiziarie e politiche apparentemente obsolete a sperimentare con la tecnologia e l'innovazione. Questa interpretazione appare certamente plausibile. È anche plausibile, però, che si sia fatta una gran confusione riguardo a «Internet» e alla sua presunta natura; che ci si sia sbagliati di brutto sul suo carattere definitivo; che l'idea stessa di «Internet» abbia impoverito la nostra riflessione sul mondo; e che si stiano adorando false divinità e false ideologie. Delle due, l'una.

Di epoche ed epocalismi

Prima di esaminare la corrosiva influenza esercitata dall'internet-centrismo sul soluzionismo, è necessario qualche chiarimento sulle sue origini. Benché i suoi principali fautori ne siano forse inconsapevoli – per la loro giovane età o per non aver letto a sufficienza – l'internet-centrismo, con tutto il suo blaterare di natura veramente rivoluzionaria ed eccezionale dell'era moderna, si sovrappone a – e trae alimento da – precedenti feticci e discorsi sulla tecnologia, l'informazione, l'innovazione e il digitale. Frotte di libri sull'inevitabile arrivo dell'età dell'informazione e dell'era postindustriale, sulle virtù e i pericoli dell'automazione e sul potenziale trasformativo della cibernetica e dell'intelligenza artificiale hanno preparato il terreno – e le nostre menti – all'attuale dibattito. Presentare come eccezionale il discorso sull'eccezionalità di Internet sarebbe un grave errore, perché di eccezionale non ha proprio niente.

L'amnesia tecnologica e la totale indifferenza nei confronti della storia (in particolare della storia dell'amnesia tecnologica) continuano a essere i tratti fondamentali del dibattito contemporaneo su Internet. Come fa notare lo storico della tecnologia David Edgerton, «quando pensiamo alle tecnologie dell'informazione dimentichiamo il sistema postale, il telegrafo, il telefono, la radio e la televisione. Quando tessiamo le lodi della spesa online, ci sfuggono i cataloghi postali. L'ingegneria genetica, con le sue ricadute positive e negative, viene affrontata come se non fossero mai esistiti altri modi di ibridare animali e piante o, se è per questo, di accrescere la produzione di cibo». ³⁸ Solo un'anima ottimista e disperatamente coraggiosa potrebbe affermare che, mentre «Internet» informa e fagocita molti di questi dibattiti precedenti, il nostro rispetto per i particolari storici ne risulta magicamente accresciuto. La «svolta di Internet» nel

dibattito tecnologico, semmai, accentuerà questa tendenza a dimenticare.

Certo, per chi ha una conoscenza della storia limitata a CliffsNotes non più lunghe di un tweet, è naturale questo trionfalismo, questa sensazione di assoluta originalità, la convinzione di vivere tempi davvero eccezionali: una fallacia intellettuale che io chiamo «epocalismo». L'epocalismo non è esclusiva dei soli ottimisti di Internet, anche i pessimisti lo apprezzano. Dopotutto, le critiche mosse da questi ultimi sono rilevanti solo se i fenomeni criticati sono considerati inediti. Per questo, un autoproclamato pessimista di Internet come Andrew Keen può sostenere con forza che la crescita dei social media è «la più sconvolgente trasformazione culturale dai tempi della Rivoluzione industriale», ³⁹ senza curarsi troppo di motivare questa affermazione. Keen presuppone semplicemente che la scala inaudita delle trasformazioni in corso sia autoevidente: un assunto tipico dell'epocalismo.

Presupponendo che quelli che stiamo vivendo siano tempi rivoluzionari, l'epocalismo avalla drastici interventi sociali che attirerebbero altrimenti una gran quantità di sospetti e critiche. In tempi davvero rivoluzionari, però, vale tutto: perché, allora, non riplasmare la politica sul modello di Wikipedia? Tutto questo parlare di rivoluzioni non è che un abile espediente per legittimare programmi radicali che ben pochi accetterebbero in tempi normali. L'influenza paralizzante dell'epocalismo induce passività e limita le nostre reazioni al cambiamento, perché le tendenze in divenire appaiono talmente mastodontiche e inevitabili da far sembrare vana qualsiasi resistenza. Ci impedisce di cogliere la natura banale ed estremamente effimera delle tendenze «rivoluzionarie» in questione.

Insomma, è molto più facile proclamare una nuova rivoluzione digitale – coniando un'apposita parola d'ordine – che aspettare per verificare se il cambiamento osservato, anziché essere un rivolgimento totale di pratiche e principi costituiti, non sia più semplicemente rimescolamento e amplificazione. L'artificio, però, non si ferma qui, perché la nuova parola d'ordine – coniata soltanto perché siamo evidentemente agli albori di una nuova era – viene reintrodotta nel sistema a mo' di prova conclusiva del fatto che una nuova era è davvero iniziata. Tale circolarità – in cui «Internet» è considerata rivoluzionaria a causa di un fattore X, mentre il fattore X è considerato rivoluzionario a causa di «Internet» – è una sciocchezza, ma in un'epoca di cambiamenti profondi e rivoluzionari passa per un'intuizione acutissima.

Si pensi alla falsa novità di un termine come «crowdsourcing»: uno degli attributi chiave dell'era di Internet, un'idea che ci ha donato quella grande fonte di conoscenza didattica che è Wikipedia. «Crowdsourcing» è senz'altro un termine molto efficace: se una parte delle pratiche che esso richiede fossero

definite «lavoro digitale non specializzato e diffuso» – perché questa sembrerebbe la migliore descrizione di quel che accade sulle piattaforme di crowdsourcing salariato come il Mechanical Turk di Amazon – il successo sarebbe più che dimezzato.

Anche gli eufemismi più efficaci, però, hanno un prezzo: non sempre riescono a catturare la complessità storica dei fenomeni che affermano di descrivere. Il governo britannico non aveva forse fatto ricorso al crowdsourcing – nel 1714! – per risolvere il «problema della longitudine» ⁴⁰ e sollecitare proposte di miglioramenti per la navigazione in mare? E la Smithsonian Institution – nel 1849! – non si è forse rivolta a una rete di oltre seicento osservatori volontari (in Canada, Messico, America latina e Caraibi) perché fornissero bollettini meteorologici mensili (pubblicati nel 1861 come primo dei due volumi di una raccolta di dati sul clima)? E la Toyota non ha forse indetto un concorso – nel 1936! – per ridisegnare il proprio marchio, ricevendo 27.000 proposte? La Zagat non si è trasformata in una forma di crowdsourcing per produrre le proprie recensioni di ristoranti ben prima che Yelp facesse diventare di moda le recensioni di ristoranti? Certo, oggi è molto più facile e meno costoso fare cose del genere, ma non è certo una rivoluzione nella raccolta del sapere, se vogliamo che la parola «rivoluzione» conservi un minimo di senso.

Questo pensiero, però, sfugge ai nostri guru di Internet, secondo i quali la «Rete» ha cambiato dalle fondamenta il modo in cui il sapere viene prodotto, anzi ha addirittura cambiato la definizione stessa di «sapere». Questo, almeno, è quanto sostiene David Weinberger, del Berkman Center di Harvard, nel suo recente libro *Too Big to Know*. Come Eric Schmidt, Weinberger ha visto la natura di «Internet» e da allora non si è più voltato indietro. «la conoscenza sta prendendo la forma della rete, cioè internet» annuncia con evidente entusiasmo. «Oggi il sapere non risiede solo nelle biblioteche, nei musei e nelle riviste accademiche; non risiede solo nel cranio degli individui: le teste e le istituzioni semplicemente non sono abbastanza grandi per contenere il sapere. La conoscenza è oggi una proprietà della rete, e la rete abbraccia le imprese, i governi, i media, i musei, le collezioni private e le menti che comunicano tra loro.» ⁴¹

È una cosa che dà le vertigini, in effetti, ma non potrebbe essere più sbagliata. A quanto pare, l'internet-centrismo trasforma tutti i più lucidi analisti in marziani che, appena atterrati sul nostro pianeta, incontrano difficoltà a capire come funzionano le cose qui da noi. E nei loro maldestri tentativi di comprendere questi strampalati esseri umani, si avventurano nell'università odierna, dove incontrano professori che passano le ore a scrivere libri insieme a sconosciuti che abitano in altri continenti, consultando riviste accademiche

online, caricate su server lontani, partecipando via Skype a convegni internazionali. «Ah,» dicono i marziani «abbiamo capito: questa roba qui che chiamate Internet è la rete che genera tutta la vostra conoscenza. Brindiamo!»

Poveri marziani: non potrebbero mai indovinare che le vere reti generatrici di sapere risiedono altrove: collegano studiosi, università, convegni, server, libri, norme e pratiche, i fenomeni che da questi vengono studiati, nonché gli strumenti e i laboratori che consentono tale attività. «Internet» potrà di volta in volta rafforzare o indebolire alcune di queste reti – e sta sicuramente creando le condizioni per l’emergere di nuove reti – ma *fondamentalmente* non cambia ciò che vale come sapere né il modo in cui questo viene prodotto. Secondo la logica di Weinberger, potremmo affermare che un tempo il sapere era prerogativa dell’aeroporto o dell’ufficio postale – strutture che in passato ne facilitavano la produzione –, ma sarebbe un’idea assai riduttiva in confronto al ruolo ritagliato da Weinberger per «Internet».

Contrariamente alla sua tesi secondo cui «il sapere è ora proprietà della Rete», il sapere è sempre stato proprietà della Rete, come dimostrerebbe una rapida occhiata alla storia delle prime università, nel XII secolo. Anche qui, i nostri entusiasti del digitale confondono stupefacenti e, sì!, interessanti mutamenti di ordine di grandezza e di organizzazione con l’avvento di una nuova era in cui le vecchie regole sono ormai inservibili. In altre parole, come ha osservato un acuto critico dell’opera di Weinberger, egli scambia «un mutamento nell’architettura della Rete per l’avvento di un sapere elaborato in Rete in quanto tale». ⁴² «Internet» non è la fonte del sapere elaborato in Rete, ne è una conseguenza: un dato che a molti teorici di Internet sfugge.

Ma ancora più spiacevole, nel discorso di Weinberger, è il tentativo di isolare «Internet» dalle complesse relazioni socio-tecniche che essa incorpora per analizzarla a sé, come fosse un aggeggio caduto dal cielo e, perciò, privo di storia e di legami di qualunque tipo. Questo è un aspetto ricorrente nell’attuale discorso su Internet – un altro esempio di mcluhanismo volgare – perché consente ai suoi operatori di contrapporre «Internet» (che per gli ottimisti è l’emblema di tutto ciò che è moderno e votato al progresso, mentre per i pessimisti è in genere l’emblema dell’esatto opposto) a una qualche forza o entità oscura, che si tratti di media nazionalpopolari, di Hollywood, di dittatori o dissidenti. Solo recidendo i legami di «Internet» con il suo contesto e presentandola come un «medium» alla McLuhan è possibile dedicarsi a quel semplicistico conteggio, a quel giochino infinito con cui si cerca di stabilire se «Internet» sia un bene o un male in rapporto a una cosa o all’altra.

È ora di mettere fine a questo giochino, perché non fa altro che creare confusione. Permette a Weinberger di scrivere: «Allo stesso tempo, tuttavia

[mentre «Internet» viene additata come causa di ogni genere di problemi], siti come Politifact.com fanno le pulci ai media informativi con più attenzione e clamore che mai». ⁴³ Un punto a favore di «Internet»? In fondo, Politifact.com è un sito web, e un sito web è qualcosa che fa parte di «Internet». Questa, però, è una palese sciocchezza: Politifact.com sarà anche un sito web, ma è anche un progetto del «Tampa Bay Times», un giornale con una lunga storia. Certo, dobbiamo parlare delle nuove forme di verifica rese possibili dalle nuove tecnologie, ma immaginare che in qualche modo Politifact.com possa dirci qualcosa di veramente interessante sulla natura di «Internet» – ammesso e non concesso che questa natura esista – è un errore clamoroso.

Con modelli come questo...

L'impegno di Weinberger nel calcolare i punti a favore di Internet evidenzia uno dei pericoli più gravi che si corrono confidando in «Internet» quale spiegazione causale. Una volta che un commentatore abbia deciso che cosa dire sull'universo – che il mondo è piatto, che il sapere non è più da cercare nei libri, che Apple è un freno all'innovazione, che le dittature stanno crollando dappertutto, che nessuno legge più la narrativa seria – «Internet» può sempre essere invocata per fornire una spiegazione rapida e semplice (e invariabilmente sbagliata). D'altra parte, la stessa disponibilità di queste spiegazioni imperniate su Internet richiede una spiegazione. Sia per i cantori della tecnologia sia per i suoi critici, «Internet» è come George Soros negli schemi di Glenn Beck: una volta introdotto lui, la grande cospirazione acquista improvvisamente senso. È simile alla fiction, ma rappresenta un genere tutto nuovo e a sé, dove il «colpevole» è sempre il Web.

Peggio ancora, quella che molti prendono per la teoria originale di Internet – ossia per un audace tentativo di spiegare il mondo rendendo conto del ruolo in esso svolto da «Internet» – altro non è che un guazzabuglio di elementi mutuati dalle concezioni più stantie e banali della storia delle moderne scienze politiche ed economiche. Se questi elementi non fossero conditi con la gustosa salsa internet-centrica, le spiegazioni offerte verrebbero messe in discussione, confutate e, nella maggior parte dei casi, liquidate. Purtroppo, però, la novità concettuale di «Internet» come campo d'indagine, unita all'attrazione irresistibile dell'internet-centrismo, rende pressoché invisibili zone altamente problematiche della sottostante cornice teorica.

Si consideri *Here Comes Everybody*, di Clay Shirky, che gode di un seguito da culto nei circoli dei geek perché considerato un contributo originale sul tema della crescente convenienza economica della collaborazione. ⁴⁴ Per buona parte

del suo apparato teorico, Shirky attinge a due fonti: Susanne Lohmann, che spiega le proteste del 1989 in Germania Est con una teoria della scelta razionale (da cui Shirky trae il concetto di «cascate informative»), ⁴⁵ e Ronald Coase, con la sua teoria dell'impresa (da cui Shirky trae il concetto di «costi di transazione»). ⁴⁶ Purtroppo, nessuna delle due fonti può fungere da guida inequivocabilmente buona o anche solo neutra per la comprensione delle tecnologie digitali, una volta che ci si sia liberati dall'internet-centrismo.

Come molti studiosi che si ispirano alla tradizione della scelta razionale, Lohmann – che Shirky scambia per una storica, mentre invece si occupa di scienze politiche – non spiega i movimenti collettivi della Germania Est osservando i fattori storici e culturali e delineando l'emergere di nuove mentalità o ideologie. Un'analisi del genere richiederebbe una conoscenza sul campo ben più ampia di quella che gli studiosi di scienze politiche, in media, possono vantare. Sono stati addestrati a usare dati per costruire modelli – sul genere di quelli che non sono riusciti a prevedere il crollo dell'Unione Sovietica né altri eventi minori negli ultimi decenni – sicché i casi particolari da loro studiati sono deliberatamente privi di gran parte del colore locale.

Dunque, per spiegare le proteste del 1989, Lohmann elabora una teoria generale, e perlopiù indipendente dal contesto, dei segnali informativi e degli incentivi che consentono alla gente di sincronizzare i propri comportamenti. ⁴⁷ Dato che gli individui, nei modelli di Lohmann, sono figure monodimensionali e a storiche, una teoria delle cascate informative funziona tanto a Calcutta quanto al Cairo (come dire che, a parte qualche banale generalizzazione, non funziona affatto). In sostanza, afferma la teoria, se un individuo vede altri individui che protestano per le strade sarà più incline a partecipare, ma solo dopo che le proteste avranno raggiunto una certa soglia calcolabile.

Che un approccio così debole possa aiutarci a comprendere le rivoluzioni del 1989 – o del 2011, se è per questo – è alquanto dubbio, anche perché, concentrandosi sulle strategie informative dei movimenti sociali, una tale analisi presta pochissima attenzione alle dinamiche delle istituzioni statali cui tali movimenti si opponevano. Come hanno detto, a proposito del lavoro di Lohmann, due stimati storici dell'Europa orientale come Steven Kotkin e Jan Gross, «trarre generalizzazioni sui movimenti sociali dall'esperienza dei paesi comunisti può essere un azzardo, per via della natura dello Stato comunista». ⁴⁸ Shirky, invece, non si limita a trarre generalizzazioni: utilizza la teoria delle cascate informative di Lohmann per spiegare gli effetti politici di «Internet» ovunque. «Internet» permette persino una migliore circolazione dei segnali informativi; di conseguenza, è naturale attendersi che i cittadini si ribellino più spesso di prima. Una delle formule più incisive di Shirky – quella secondo cui

«il comportamento è la motivazione filtrata attraverso l'opportunità» ⁴⁹ – è probabilmente lo slogan migliore che gli insulsi teorici della scelta razionale riusciranno mai ad avere.

Fino a che punto una teoria della scelta razionale può spiegare il cambiamento politico? A diversi decenni di distanza, la giuria è ancora in camera di consiglio, ma i suoi sostenitori hanno ben poco di cui vantarsi. Come osservano Donald Green e Ian Shapiro nella loro devastante critica alla teoria della scelta razionale, che prende di mira anche l'opera di Lohmann, i suoi principali fautori «condividono la propensione a impegnarsi in ricerche fondate sul metodo e ... questa propensione è tipica della tensione verso l'universalismo». ⁵⁰ In altre parole, poiché l'unico attrezzo che hanno a disposizione è il martello della costruzione di modelli, per i sostenitori della teoria della scelta razionale ogni cosa è un chiodo, cosicché cercano di spiegare ogni tipo di comportamento, per quanto complesso o culturalmente connotato, utilizzando il linguaggio asettico degli incentivi e delle opportunità. Non c'è da stupirsi, quindi, se Clay Shirky arriva a spiegare il comportamento delle ragazze anoressiche, delle comunità open-source, dei rivoluzionari della Germania Est e degli adolescenti ribelli in Bielorussia per mezzo di una semplice teoria delle cascate informative. È una teoria che può spiegare qualsiasi cosa, ma per la sua genericità e indifferenza ai particolari finisce per non spiegare un bel nulla. Come Green e Shapiro dimostrano, il comportamento politico non si esaurisce considerando incentivi e opportunità. Anzi, «può essere influenzato dall'entusiasmo per gli obiettivi collettivi, dagli atteggiamenti nei confronti dei leader e delle principali figure-simbolo del movimento e dal senso di adeguatezza personale e dall'obbligo a partecipare». ⁵¹ La scelta del modello esplicativo dipende da ciò che dev'essere spiegato, non può limitarsi a seguire la preferenza individuale per la costruzione di modelli o per lo studio degli incentivi e delle opportunità, anche se le piattaforme e le tecnologie digitali offrono abbondanza di dati sugli incentivi e le opportunità di ognuno. Criticare Lohmann per la sua spiegazione delle proteste del 1989 o Shirky per la sua spiegazione delle proteste politiche degli ultimi anni non significa negare l'importanza della tecnologia né, tantomeno, mettere in dubbio la necessità delle proteste, bensì affermare che esiste un altro modo più ricco e intellettualmente stimolante di discutere lo stesso insieme di eventi.

Per citare nuovamente Green e Shapiro, la teoria della scelta razionale trasforma «la spassionata ricerca delle cause di certi sviluppi politici nella compilazione di un verbale improntato alla propria teoria preferita. Se una persona ha già deciso – prima di aver svolto la ricerca empirica – di adottare una certa teoria politica, ogni minima anomalia empirica sembrerà una minaccia per la teoria, e la persona in questione si troverà nella necessità di eluderla». ⁵²

Questa è forse la migliore sintesi di ciò che non va in tanta parte delle odierne teorie della politica condizionate da Internet. Il modello su cui Shirky e i suoi discepoli fanno affidamento, benché nominalmente riguardi «Internet», contrabbanda di fatto «una certa teoria della politica» – una teoria secondo la quale i cittadini rispondono a incentivi e uniscono le proprie forze se ricevono i giusti segnali e hanno a disposizione gli strumenti giusti –, il che è spaventosamente semplicistico se si vuole dar conto degli sviluppi politici in gran parte del mondo.

Da nessuna parte Shirky fa riferimento al pesante bagaglio intellettuale che i suoi metodi comportano; anzi, descrive Lohmann come una storica, talché la teoria delle cascate informative diventa qualcosa di simile a una vera e propria narrazione storica piuttosto che un modello riduzionistico del comportamento umano. Qualunque anomalia possa presentarsi – la scoperta del fatto che i dittatori sono molto scaltri nell'uso delle medesime tecnologie, o che la gente non sempre reagisce agli incentivi, o che forze quali il nazionalismo e la religione esercitano un'influenza profonda e imprevedibile sul comportamento delle persone e sono essi stessi a loro volta influenzati dalla tecnologia – viene semplicemente liquidata come pessimismo tecnofobico. Nel più puro spirito della dialettica hegeliana, l'internet-centrismo si regge sfruttando i due poli opposti del pessimismo e dell'ottimismo nei confronti di Internet, presentando (ed eventualmente respingendo) qualunque critica gli venga rivolta come un'ennesima manifestazione di questi due estremi. Chi sfida questa ideologia e questo modo di parlare e di pensare viene immediatamente liquidato come troppo pessimista o troppo ottimista, come se un altro tipo di critica non fosse neppure concepibile. È tipico dell'internet-centrismo – quantomeno per come si presenta nel dibattito pubblico – non ammettere discussioni di metodologia, dato che postula l'esistenza di un solo modo di parlare di «Internet» e dei suoi effetti.

La venerazione di Shirky per la teoria dell'impresa di Ronald Coase – con il conseguente discorso sui costi di transazione – può sembrare più difficile da confutare, anche perché Coase ha ricevuto il premio Nobel per l'economia. Nell'opera dei nostri teorici di Internet si trovano regolarmente riferimenti a Coase: a parte Clay Shirky, anche Yochai Benkler si rifà spesso a Coase nella sua disamina del movimento open-source. ⁵³ Non c'è nulla di sbagliato nelle teorie di Coase in quanto tali: nel campo degli affari, offrono spiegazioni estremamente utili e hanno favorito la nascita di una nuova branca dell'economia. Il problema, però, è proprio questo: è più facile applicare la teoria dei costi di transazione a una start-up californiana che non, poniamo, alla società iraniana. Se pare incontrovertibile la tesi secondo cui l'avvento di tecnologie digitali meno costose può contribuire a ridurre i costi di transazione in

Iran, questa deduzione non dice granché, perché se non conosciamo la cultura, la storia e la politica iraniane, non sappiamo nulla dei contesti in cui questi costi sono probabilmente diminuiti. Quali sono gli attori più importanti? Quali sono le transazioni più importanti?

In mancanza di una tale conoscenza dell'Iran, il riflesso istintivo è di optare per il modello più semplice possibile: immaginate una diatriba tra governo e dissidenti e provate a pensare come possono essere diminuiti i loro costi di transazione grazie a «Internet». Questa può sembrare una maniera superficiale di trattare una questione piuttosto complessa. Si consideri Don Tapscott, celebre guru di Internet, secondo cui «Internet riduce i costi di transazione e di cooperazione non solo negli affari, ma anche i costi di cooperazione nel dissenso, nella ribellione e persino nell'insurrezione». ⁵⁴ Okay, ma non c'è nessun altro, in questi paesi, che si impegni in collaborazioni o transazioni? Solo i dissidenti? E questi dissidenti sono uniti o hanno tanti programmi diversi?

Le spiegazioni internet-centriche, almeno nella loro forma attuale, impoveriscono e infantilizzano enormemente il dibattito pubblico. Dovremmo evitarle il più possibile. Se per far ciò occorrerà imporre una moratoria sull'uso della parola «Internet» e adottare una terminologia più precisa, come per esempio «reti peer-to-peer» o «social network» o «motore di ricerca», così sia. È la possibilità stessa che il tutto – cioè «Internet» – sia spiritualmente e politicamente qualcosa di maggiore della somma di queste sue parti specifiche ciò che esercita un'influenza corrosiva sul modo in cui pensiamo il mondo.

La bolla e le sue conseguenze

Il pensiero astorico nei dibattiti su Internet è talmente pervasivo e persistente da non poter essere liquidato come mera ignoranza o pigrizia. Non è che i libri di storia non vengano consultati perché i nostri teorici di Internet sono pigri; più che altro, è la storia stessa che viene considerata irrilevante, perché «Internet» viene presentata come una cesura rispetto a tutto ciò che la precede, come un livello di civilizzazione mai raggiunto prima. Questo «discorso della cesura» – elemento essenziale senza cui nessun epocalismo sarebbe possibile – ha esso stesso una storia. Per esempio, Gabrielle Hecht, storica della University of Michigan, coglie motivi e accenti analoghi nel dibattito sull'avvento delle armi nucleari e dell'energia nucleare negli anni Cinquanta, aggiungendo che entrambe queste scoperte sono state viste come indici di «una rottura storica, alba di una nuova era – in questo caso, l'«era nucleare» – dove nulla e nessun luogo sarebbero mai più stati come prima». ⁵⁵

A un esame più approfondito, il «discorso della cesura» appare ovunque nel

nostro discorso su Internet. Non c'è probabilmente esempio migliore, a questo riguardo, dell'osservazione fatta da Jonathan Zittrain a Toronto, nel 2011, al convegno sulla governance di Internet. Rilevando le sfide cui gli Stati, le compagnie di Internet e i loro utenti si trovavano di fronte, Zittrain sosteneva che c'era una ragione speciale per cui gli intervenuti dovevano discutere dei problemi legati a «Internet», dato che in passato «non avremmo avuto, qui, un convegno sull'elettricità e sui modi buoni e cattivi di utilizzarla». ⁵⁶ È difficile immaginare un sentimento altrettanto emblematico dell'ingenuità del trionfalismo di Internet e del totale disprezzo che nutre per la storia della tecnologia.

I dibattiti sull'elettricità, a dire il vero, furono drammatici e strampalati quanto i dibattiti attualmente in corso su «Internet», sul suo potenziale democratico e sui suoi effetti sul nostro cervello. Come spiegare altrimenti la pubblicazione di libri tipo *The Silent Revolution, or, the Future Effects of Steam and Electricity upon the Condition of Mankind* – del 1852! – che promettevano l'«armonia sociale dell'umanità» sulla base di una «rete perfetta di filamenti elettrici»? ⁵⁷ Come interpretare il fatto che Patrick Geddes, Pëtr Kropotkin e altri pensatori dell'Ottocento attribuissero all'elettricità il potere di inaugurare un'inedita era della neotecnica in cui, per citare lo storico francese Armand Mattelar, «città e campagna, lavoro e tempo libero, mente e braccia» si sarebbero riconciliati? ⁵⁸ E che dire di ingegneri nazisti come Franz Lawaczeck, uno dei fondatori dell'Associazione nazionalsocialista degli ingegneri, secondo cui il Terzo Reich sarebbe riuscito a promuovere le piccole aziende, agricole e non, favorendo così il decentramento della società attraverso un'elevata produzione di elettricità a basso costo? ⁵⁹ Per non parlare della complessa e controversa storia, a sua volta ricca di lunghe battaglie e di aspri dibattiti, sull'infrastruttura fisica che ha reso l'elettricità disponibile su vasta scala. Solo coprendo e cancellando tutta questa storia possiamo considerare «Internet» come qualcosa di unico e di esotico.

Non è che i nostri principali pensatori di Internet siano insinceri o inclini a dire solo cose capaci di garantire loro incarichi di consulenza più remunerativi, anche se a volte questo fattore sembra avere un suo peso. Al contrario, essi credono fermamente alla loro stessa retorica epocalista. Questo, come si vedrà nel corso della trattazione, spiega sia lo zelo religioso con cui affrontano e giustificano la loro missione per migliorare la condizione umana sia la mancanza di sensibilità per le industrie e le istituzioni attualmente in crisi. Le cesure comportano spesso dei sacrifici o, come ama dire Clay Shirky, «non è una rivoluzione se nessuno resta sconfitto». ⁶⁰

Per avere valore, qualsiasi annuncio di nuove rivoluzioni tecnologiche dovrà soddisfare due requisiti: innanzitutto, dovrà essere cosciente di ciò che è

accaduto ed è stato detto in precedenza, in modo da assicurarsi che la tendenza segnalata come unica sia davvero tale; e poi dovrà contemplare il paesaggio contemporaneo nella sua totalità: non può scegliere tra i fatti solo quelli che servono a confermare una certa tesi. Poste queste condizioni, ben poche delle dichiarazioni contemporanee sul profondo impatto rivoluzionario di «Internet» sopravviverebbero alla verifica. Gli esempi sono numerosi, ma forse ne basterà uno.

Come molti osservatori del modo in cui i giovani usano le nuove tecnologie, Don Tapscott e Anthony Williams, autori di *Wikinomics* e del suo sequel *Macrowikinomics*, sostengono che «Internet» avrebbe prodotto una generazione totalmente nuova, quella dei cosiddetti «nativi digitali». Tapscott e Williams sono entusiasti di questi ragazzi! Stanno «portando una nuova etica dell'apertura, della partecipazione e dell'interattività nei luoghi di lavoro, nelle comunità e sui mercati». ⁶¹ Inoltre, «ben lungi dall'essere fruitori passivi della cultura del consumo di massa, i giovani della Net generation passano il tempo a cercare, leggere, esaminare, verificare, collaborare e organizzare (tutto, dai loro file MP3 alle manifestazioni di massa)». ⁶² Sono «una generazione di analisti ... più scettici nei confronti dell'autorità nel loro setacciare informazioni alla velocità della luce, da soli o insieme alla rete dei loro pari». ⁶³ Soprattutto, però, «i giovani di oggi sono vere e proprie autorità nel campo della rivoluzione digitale che sta cambiando tutte le istituzioni della nostra società». ⁶⁴

Quanto di tutto ciò è vero? Difficile a dirsi. Svariate ricerche dimostrano che, tra tutte le fasce di età, i giovani tendono a essere i meno informati su numerosi aspetti della cultura digitale. Per esempio, uno studio del 2010 che puntava a scoprire che cosa sapessero gli utenti a proposito della privacy online ha concluso che «tra tutte le fasce di età, quella tra i 18 e i 24 anni era la meno capace di comprendere il significato delle regole sulla privacy e i diritti delle aziende di vendere o condividere i loro dati personali con altri». ⁶⁵ Come rilevava uno degli autori di questo studio, «la cognizione digitale che molti attribuiscono ai giovani (i cosiddetti nativi digitali) non sembra tradursi in consapevolezza sui problemi della privacy». ⁶⁶ In altre parole, non è che ai giovani non importi della privacy: gliene importa, eccome, solo che sono privi di quella cognizione digitale che Tapscott e Williams gli attribuiscono. ⁶⁷ A queste conclusioni fa eco un recente studio della Commissione europea dal quale si desume che i giovani sono carenti in molti ambiti digitali. Uno studio empirico del 2009, condotto su studenti di cinque università britanniche, ha rilevato che «è troppo semplicistico descrivere i giovani studenti del primo anno, nati dopo il 1983, come una generazione unitaria. [Essi] non [sono] omogenei nell'uso e nella valutazione delle nuove tecnologie e ... ci sono variazioni significative tra

studenti che rientrano nella fascia d'età della Net generation». ⁶⁸ Svolgere queste ricerche, ovviamente, non è affascinante come meditare sulla «rivoluzione digitale che sta cambiando tutte le istituzioni della nostra società». Quest'ultima attività appare, oltretutto, più redditizia.

Gutenberg nel regno di Geekistan

Quand'anche quella a cui stiamo assistendo oggi non fosse una «rivoluzione di Internet», dovremmo perciò concludere che i cambiamenti in atto sono banali e irrilevanti? Questa, in effetti, è l'accusa che i tifosi di Internet lanciano contro i loro avversari: i vecchi musoni, ci viene detto, devono essere ciechi per continuare a negare l'importanza di comunicazioni più rapide ed economiche, nonostante i vantaggi di per sé evidenti. Ahimè, questi tifosi non considerano che, se esiste un solo modo di negare l'importanza delle tecnologie più recenti, ci sono molti modi di riconoscerla. L'impegno a raccontare una storia alternativa, dai caratteri e dagli accenti diversi, richiede tutt'altro che musoneria per procedere.

Gli storici della scienza che sfidano la vulgata della rivoluzione scientifica negano forse che le scoperte di Newton e Galileo abbiano dato un contributo importante all'umanità? Certo che no; al contrario, lo riconoscono, ma in maniera diversa e più sottile, facendo notare che gli elementi di continuità tra, poniamo, la filosofia della natura del XVII secolo e i suoi predecessori medievali sono più numerosi delle discontinuità. Come osserva lo storico della scienza Steven Shapin, «il passato non si è trasformato nel “mondo moderno” in un determinato momento: non ci dovrebbe sorprendere, quindi, il fatto di scoprire che gli studiosi del XVII secolo avevano spesso qualcosa tanto dell'antico quanto del moderno». ⁶⁹ Il modo in cui noi inquadrriamo questi cambiamenti come un evento o una serie di eventi – come una «rivoluzione» ben definita, con date di inizio e di fine – è un fenomeno relativamente recente: la stessa formula «rivoluzione scientifica» fu probabilmente coniata da Alexandre Koyré nel 1939.

Si pensi, altrimenti, agli storici della medicina che respingono l'idea secondo cui i numerosi cambiamenti verificatisi nella scienza batteriologica nella seconda metà del XIX secolo costituirebbero una «rivoluzione batteriologica», un'espressione piuttosto diffusa nel loro campo. Sarebbe sciocco negare che in quel periodo si siano verificati importanti cambiamenti, ma rifiutare un'etichetta quale «rivoluzione batteriologica» equivale comunque a riconoscerli, sebbene in maniera diversa.

Per esempio, lo storico Michael Worboys, parlando della presunta rivoluzione batteriologica verificatasi negli anni Ottanta del XIX secolo in Gran Bretagna,

individua quattro cambiamenti interconnessi, spesso invocati a sostegno della sua esistenza. Dopo aver analizzato i dati relativi a tutti e quattro questi cambiamenti, Worboys conclude che «gli storici hanno attribuito agli anni Ottanta dell'Ottocento cambiamenti che si sono verificati in un arco di tempo più ampio; e sebbene ci siano stati in quel decennio progressi sul piano delle teorie e delle pratiche, il confronto tra continuità e mutamenti è quanto mai vario e difforme nei vari campi della medicina». ⁷⁰ Si badi che Worboys non nega l'importanza dei contributi di Robert Koch e Louis Pasteur (o «Pasteur», per meglio dire), bensì mostra che il modo vero in cui queste scoperte hanno influenzato la pratica medica è stato molto più tortuoso; ed è stato un fenomeno tutt'altro che predeterminato o inevitabile.

Analisi di questo tipo, che cercano di riconoscere gli importanti cambiamenti senza cadere nell'epocalismo, sono molto rare nel campo degli studi su Internet. Forse è giunto il momento di rovesciare il tavolo dei cosiddetti «esperti di Internet»: anziché lasciare che siano loro a spiegarci «Internet», dobbiamo provare a capire perché mai spieghino le tecnologie digitali in quel modo particolare, con la continua evocazione di «Internet» e della sua natura intrinseca. Perché il discorso della cesura e la retorica rivoluzionaria tendono a soppiantare tutte le altre forme di analisi? Perché etichettiamo come nuove pratiche vecchie, ci convinciamo che giovani incompetenti abbiano una padronanza perfetta delle tecnologie e riteniamo che nulla sia all'altezza di «Internet» a livello di complessità del dibattito che innesca? Non è giunta l'ora di indagare ciò di cui *non* parliamo nel momento in cui il dibattito stesso – cioè le questioni che affronta e le domande che formula – è costruito secondo il modello della rivoluzione?

Nessuno esemplifica le tentazioni e i limiti del discorso della cesura meglio di Clay Shirky, perciò vale forse la pena ritornare alle sue teorie. Shirky vede la rivoluzione digitale ovunque, ma gli pare particolarmente pronunciata nel mondo dei media. «Quando qualcuno domanda come faremo a sostituire i quotidiani sta in realtà chiedendo che gli si dica che non stiamo vivendo una rivoluzione. ... Chiede di essere ingannato» dichiara. ⁷¹ Le rivoluzioni, secondo Shirky, sono imprevedibili: possono solo essere diagnosticate, in tempo reale. Quindi, «più si è pronti a credere che un certo fenomeno è una rivoluzione, più si ammette la propria incapacità di prevedere il futuro. Si sta dicendo che, se si tratta di una rivoluzione, non sono possibili previsioni. E che se queste sono possibili, non si tratta di rivoluzione». ⁷² È una dichiarazione curiosa, che esenta i nostri tecno-futuristi da qualsiasi critica. Se si sbagliano – come fanno di continuo – possono attribuire i loro errori al fatto di operare in tempi iper-rivoluzionari.

Shirky, però, che lavora anche come consulente, conosce il mantra del settore:

ogni crisi dev'essere trasformata in un'opportunità. E così sentiamo dire che «nulla funziona, ma tutto potrebbe funzionare. Questo è il momento di sperimentare, di fare tanti, tantissimi esperimenti». ⁷³ Questo, comunque, è Shirky nei panni dello sbirro buono, quello secondo cui la resistenza non è inutile. Quando invece fa lo sbirro cattivo, non ne è più tanto sicuro, e spesso soccombe a una strana forma di fatalismo digitale, che confina con il disfattismo digitale: «Non verrà mai il momento in cui noi come società ci domanderemo: La vogliamo questa cosa? Vogliamo davvero i cambiamenti che nasceranno dal nuovo diluvio di informazione prodotta, visionata e diffusa?». ⁷⁴ Per lo Shirky cattivo, tutto è già stato determinato dalle divinità dell'informazione; noi non possiamo far altro che accettare l'inevitabile e goderci la cavalcata rivoluzionaria.

Di questi tempi, in molti settori dell'industria c'è un clima di grande ansia, e Shirky, servendosi della sua routine di sbirro buono/cattivo, propone il giusto mix di critiche e consigli. C'è però un altro elemento che rende molto attraente il suo discorso della cesura. Si tratta, stranamente, del suo uso accorto della storia – in un dibattito tradizionalmente astorico – per stabilire qualche tipo di equivalenza tra l'invenzione della pressa tipografica e l'avvento di «Internet».

E non mi riferisco solo alla falsa storia della Germania Est, che in pratica non è altro che una teoria dissimulata della scelta razionale. I riferimenti alla pressa tipografica sono pressoché onnipresenti negli scritti di Shirky. Diverse pagine del suo *Cognitive Surplus* sono dedicate a delineare un'esplicita analogia tra l'invenzione di Gutenberg e la proliferazione dei social media. ⁷⁵ Altrove rileva: «Stiamo rivivendo collettivamente il Cinquecento, un'epoca in cui è facile vedere ciò che non funziona, ma è difficile scorgere ciò che lo sostituirà». ⁷⁶ E afferma: «È troppo presto per dire se l'effetto di Internet sui media sarà radicale quanto quello della pressa tipografica. Non è troppo presto, però, per dire che non c'è nulla di quanto accaduto tra il 1450 e oggi che sia paragonabile [a questi due eventi]». ⁷⁷

Ma perché no? Si consideri il punto di vista opposto, quello per cui «Internet» non cambia nulla. Osserva lo storico Marshall Poe: «Non è poi tanto esagerato affermare che Internet è ufficio postale, edicola, videoteca, centro commerciale, sala giochi, biblioteca, negozio di dischi, libreria per adulti e casinò riuniti in un'unica sede. A essere sinceri, è strabiliante. Ma è strabiliante alla maniera in cui può esserlo una lavastoviglie: ti consente di fare cose che si sono sempre fatte, anche se con maggiore facilità». ⁷⁸ Questa tesi sembra minimizzare alcuni dei cambiamenti strutturali a cui abbiamo assistito negli ultimi decenni, ma non si capisce perché la spiegazione trionfalistica alla Shirky dovrebbe essere considerata più precisa di quella di Poe.

I mutamenti innescati dalla proliferazione di tecnologie digitali devono essere oggetto di un'attenta analisi empirica e storica: non possiamo limitarci ad affermare che un certo evento importante del passato – che si tratti dell'invenzione della stampa o delle rivoluzioni del 1989 o del 2011 – sia equivalente, sul piano funzionale, alla situazione contemporanea. Eppure, l'idea che «Internet» sia la nuova pressa tipografica sembra aver catturato l'immaginazione dell'opinione pubblica, ed è uno dei cardini dell'internet-centrismo. Grazie, in parte, a Clay Shirky, l'invenzione di Gutenberg è diventata uno dei miti fondativi di «Internet», e fa niente se tra i due eventi corrono ben cinque secoli.

Due libri recenti, nessuno dei due opera di storici, presentano espressamente Gutenberg come il geek per antonomasia. John Naughton, editorialista dell'«Observer» sui temi della tecnologia, ha scritto un saggio il cui titolo dice già tutto: *Da Gutenberg a Zuckerberg*. Gutenberg, scopriamo, «doveva essere l'archetipo del geek» alle prese «con i primi vagiti del capitalismo di ventura, un'esperienza traumatica almeno quanto quella vissuta cinque secoli dopo dagli speranzosi della Silicon Valley, perché lo lasciò senza diritti di proprietà su ciò che aveva creato». ⁷⁹ Prevedibilmente, Naughton conclude che, «osservando più nel dettaglio le trasformazioni causate dall'introduzione della stampa, possiamo forse farci un'idea di dove guardare alla ricerca degli effetti a lungo termine della Rete». ⁸⁰

Un altro libro di questo tenore è un Kindle Single di Jeff Jarvis dal titolo ancora più significativo: *Gutenberg the Geek*. Secondo Jarvis, l'inventore della stampa, «che è forse il primo tecnologo imprenditore del mondo», dovrebbe essere considerato «il santo patrono della Silicon Valley, perché ha usato la tecnologia per creare un'industria – forse la genesi stessa dell'industrializzazione – e per migliorare il mondo in cui viveva». ⁸¹ Ma non è tutto: «Gutenberg, proprio come le start-up dei nostri tempi, dipendeva dallo sfruttamento di nuove efficienze, dall'estensione delle operazioni, dal riutilizzo di patrimoni esistenti, dalla divisione del lavoro specializzato e dalla messa a punto di nuovi standard». ⁸² Anzi, «i paralleli tra la sua impresa e le start-up odierne della Silicon Valley è [sic] sconvolgente. Egli dovette affrontare sfide analoghe e misurarsi con dinamiche imprenditoriali immutabili nel tempo. Anche lui operò in un'atmosfera di crisi e, come gli imprenditori suoi discendenti, produsse profondi cambiamenti nella sua epoca». ⁸³

Per orientarsi nel pantano dell'attuale bolla di Internet, bisogna fare attenzione a non pensare che tale bolla riguardi solamente «Internet». La pressa tipografica, per esempio, è stata sfruttata a lungo dai promotori delle tecnologie, anche perché sappiamo come finisce la storia della stampa: alfabetizzazione, scienza,

progresso. Si pensi a Daniel Boorstin, il più sopravvalutato degli storici americani, che alla fine degli anni Settanta scriveva: «L'impatto democratizzante della televisione è stato sbalorditivamente simile all'impatto storico dell'invenzione della stampa». ⁸⁴ Una volta presa per buona questa affermazione dubbia – vi è capitato di guardare la TV, ultimamente? – tutto il resto ne discende in modo naturale, con il tono trionfalistico di un Clay Shirky o di un Jeff Jarvis: «L'epoca in cui la televisione è diventata in America un'esperienza formativa universale, la prima volta che gli americani di ogni dove poterono vedere a colori i sit-in, le marce per i diritti civili, è stata anche l'epoca di una rivoluzione dei diritti civili, della popolarizzazione della protesta su scala inedita, di una nuova era per il potere delle minoranze, di un nuovo poderoso intervento dello Stato in politica estera, di un ampliamento e una rinnovata diffusione del significato dei diritti costituzionali di petizione, della rimozione di un presidente degli Stati Uniti». ⁸⁵ Boorstin, in sintesi, dice: levati di mezzo, Martin Luther King! È stata la televisione, naturale discendente della pressa tipografica, a donarci il Civil Right Act!

Ci sono forse anche altre ragioni per cui Gutenberg è tanto in auge tra i geek. I geek e i tecnologi hanno un debole per la Riforma protestante: la pressa tipografica gioca un ruolo fondamentale in questa narrazione storica. Christopher Kelty, un antropologo della University of California di Los Angeles che ha studiato le culture geek all'interno di varie comunità open-source, ha scritto brillantemente di questa tendenza in *Two Bits: The Cultural Significance of Free Software*. ⁸⁶ Secondo Kelty, molti geek, uniti nella loro lotta contro le Microsoft di questo mondo, strumentalizzano regolarmente gli eventi storici più vari, storie leggendarie ispirate a fatti storici reali, ma non per ricordare il passato, bensì per illuminare il presente e il futuro.

La storia della Riforma protestante – con le sue battaglie allegoriche tra la Chiesa cattolica e quella protestante, con il coinvolgimento di laici, religiosi e alto clero, e le relative immagini di controllo e di liberazione – è uno di questi eventi passati utilizzabili. Kelty osserva che «la Riforma protestante funge da ottima allegoria perché separa il potere dal controllo: attinge a storie di catechismo e rituali, di alfabeti, opuscoli e liturgie, indulgenze e autoaiuto, al fine di fornire ai geek un modo per cogliere il senso della distinzione tra potere e controllo, e quale tipo di relazione ha con il contesto tecnico ed economico-politico in cui vivono». ⁸⁷ È per questo che, in molti dibattiti di geek, lo Stato viene presentato come la monarchia, le grandi multinazionali come la Chiesa cattolica, le start-up e i programmatori come i riformatori protestanti, mentre i laici sono gli «utonti» e il «gregge». Kelty ritiene che queste storie siano apprezzate dai geek perché «spiegano una situazione politica, tecnica, giuridica

che non presenta vicende di facile narrazione». ⁸⁸

Dai cattivi libri di storia ai cattivi blog di storia

Se le riflessioni di Kelty ci spiegano perché le storie proposte da Shirky e da Jarvis suscitano l'apprezzamento dei geek e dei tecnologi, non chiariscono perché tali storie siano ingannevoli o improprie, né perché circolino fuori dai confini del regno di Geekistan. Shirky e Jarvis non sono storici di professione, perciò nel discutere dell'impatto della pressa tipografica – che considerano paragonabile all'avvento di «Internet» – attingono entrambi alla stessa fonte, il fondamentale studio di Elizabeth Eisenstein intitolato *The Printing Press as an Agent of Change*, in due volumi, pubblicato nel 1979. ⁸⁹ Senza comprendere i limiti della controversa ricostruzione eisensteiniana della «rivoluzione» seguita all'invenzione della pressa tipografica è impossibile dar conto delle attuali rivendicazioni dell'importanza di «Internet», anche perché la stabilità attribuita a «Internet» dalla suddetta ricostruzione fa di quest'ultima una fonte prediletta sia per gli ottimisti sia per i pessimisti di Internet (Nicholas Carr riconosce, in *The Shallows*, il debito che ha nei confronti dell'opera di Eisenstein). ⁹⁰ Un po' come accade con la teoria della scelta razionale, ciò che molti studiosi ritengono problematico sul piano accademico viene presentato come universalmente accettato e indiscutibile. Ricorrere a Eisenstein come guida a «Internet» significa adottare una maniera assai particolare di pensare le questioni del digitale.

Attingendo a piene mani all'opera di Marshall McLuhan, Eisenstein sostiene che l'importanza della stampa per l'avvio di tutte le successive trasformazioni sociali non è stata ancora riconosciuta a sufficienza (ragion per cui lei la ribattezza «rivoluzione inavvertita»). Nel tentativo di rendere giustizia al ruolo della pressa tipografica nella storia, Eisenstein abbraccia una visione estremamente riduttiva dei media legati alla stampa, enfatizzando l'importanza di quelle che lei considera le qualità intrinseche di questa tecnologia: stabilità (ossia la sua facoltà di preservare testi che potrebbero altrimenti andare perduti o subire danni), facilità di diffusione e tendenza alla standardizzazione. Secondo Eisenstein, la tecnologia della stampa in quanto tale conferisce ai testi queste nuove qualità, e la cesura è talmente significativa da spingere l'autrice a elevarle allo status di «cultura della stampa». Dobbiamo a quest'ultima la Riforma protestante, la Rivoluzione scientifica, il Big Mac, Steve Jobs e i LOLcats.

Molti studiosi hanno rilevato nell'approccio di Eisenstein alcuni limiti che risultano quanto mai pertinenti anche per il dibattito contemporaneo su Internet. Il primo a suonare il campanello d'allarme – nel 1980, a un solo anno dall'uscita del libro – fu lo storico della cultura Anthony Grafton, che rimproverò all'autrice

di aver estrapolato «dalle sue fonti quei fatti e quelle affermazioni che sembravano soddisfare le sue più immediate esigenze polemiche». ⁹¹ Più problematico, a parere di Grafton, era il fatto che Eisenstein, nel suo desiderio di enfatizzare la natura radicale della rottura fra l'età degli scribi e quella degli stampatori, minimizzava «l'ampiezza con cui un qualsiasi testo poteva circolare in forma stabile già prima che si rendessero disponibili i mezzi di riproduzione meccanici». ⁹² In altre parole, tutti questi sforzi tesi a tracciare distinzioni nette tra culture ed epoche diverse puzza di epocalismo sfrenato: molte caratteristiche della «cultura della stampa» esistevano già – anche se in scala ridotta – ben prima che questa cultura spuntasse dal nulla.

Più recentemente, lo studioso di letteratura Mark Warner e lo storico Adrian Johns hanno avanzato critiche assai più devastanti per le teorie di Eisenstein. Warner, nel suo *The Letters of the Republic* (1990), sostiene che la tecnologia della stampa non dovrebbe essere considerata come qualcosa di esterno alla cultura e alla storia. Di certo non era corredata sin dall'inizio di una sua «logica» o «natura»: le caratteristiche «intrinseche» individuate da Eisenstein non erano affatto universali, e comunque non erano presenti sin dall'origine della stampa. Dovunque si manifestassero, esse erano il prodotto di complesse negoziazioni e di processi storici contingenti, non attribuiti innati di questa tecnologia. «Non esistono fatti tecnologici inconfutabili che determinino da subito ciò che deve valere come stampa» sottolinea Warner. ⁹³ E, con un tono vagamente oakeshottiano, aggiunge: «Sappiamo cosa si intende quando parliamo di stampa, ma lo sappiamo perché facciamo parte di una tradizione: abbiamo un vocabolario storico delle finalità e dei concetti che conferisce alla stampa la sua identità e traccia per noi una chiara distinzione tra i libri stampati con i caratteri mobili e quelli scritti con la penna». ⁹⁴

Il discorso di Eisenstein, perciò, regge soltanto se si ammette una rigida separazione tra tecnologia da un lato e società e cultura dall'altro, e poi si assume che la prima plasmi le seconde, mai viceversa. Il modo in cui Eisenstein esamina gli effetti storici della stampa sulla società esclude automaticamente la questione di come la società e la cultura abbiano fatto della stampa – sul piano politico, materiale e simbolico – ciò che essa è diventata. Per Eisenstein, la «cultura della stampa» appare come dal nulla: si presenta preconfezionata con il suo esoscheletro da crostaceo, con le sue caratteristiche «intrinseche» già formate e pronte all'uso. Come rileva Warner, quando assegna alla cultura della stampa un ruolo tanto misterioso – si tenga presente che è un'allieva di McLuhan, dopotutto – Eisenstein perde più di quanto guadagni. «La politica e l'iniziativa umana scompaiono da questa narrazione ... e la cultura subisce l'impatto di forze che le sono esterne. Religione, scienza, capitalismo,

repubblicanesimo e simili fanno la loro comparsa in quanto influenzati dalla stampa, non per il modo in cui intervengono sin dall'origine nella costituzione e nel significato della stampa.» ⁹⁵

Johns, nel suo *The Nature of the Book* (2000), è ancora più reciso: «La stampa [per Eisenstein] è una cosa “sui generis” ... che si colloca fuori della portata dell'analisi storica convenzionale. E anche la sua “cultura”, di conseguenza, è al di là dello spazio e del tempo. Si ritiene che esista in quanto i testi stampati possiedono una qualche caratteristica chiave – la stabilità è tra le predilette – che si conserva nel loro passare di luogo in luogo. Le origini di questa proprietà non vengono analizzate». ⁹⁶ Per effetto di ciò, osserva Johns, Eisenstein tende a invocare la cultura della stampa o una delle sue caratteristiche perappare qualunque falla venga ad aprirsi nella sua analisi o, magari, nella storia stessa. L'approccio di Eisenstein, insomma, «qualifica come significativi solo gli esempi più limpidi di stabilità. Considera i casi in cui la stabilità non risulta evidente come disfunzioni eccezionali e, anche quando la stabilità si manifesta, trascura il travaglio che questo successo è costato. Descrive invece i risultati di questo travaglio come potenzialità intrinseche dei testi [a stampa]. I lettori, quindi, sono destinati all'oblio: la loro intelligenza e le loro capacità vengono attribuite alla pagina stampata. Per dirla in termini forse un po' brutali ... la cultura della stampa di Eisenstein non esiste». ⁹⁷

Questo è ben più di un oscuro dibattito tra storici del libro. In gioco c'è il modo in cui dev'essere scritta la storia della stampa e, più in generale, della tecnologia. L'approccio di Eisenstein tratta la tecnologia e le sue qualità come dati fissi, storici e non problematici e, sulla base di questa misera concezione, cerca di individuare gli effetti della tecnologia sulla cultura, la società e la storia. È lo stesso approccio McLuhanesco adottato da Nicholas Carr quando scrive della «Rete» e la paragona al «libro». Warner e Johns propongono qualcosa di completamente diverso: secondo loro, invece di collocare la tecnologia al di fuori della società, possiamo studiare il modo in cui la tecnologia e la società si plasmano a vicenda, dando conto di eventuali varianti locali, seguendo i sottili slittamenti di significato che le varie comunità imprimono alle varie tecnologie, esplorando l'emergere di queste differenze, spiegando il modo in cui le varie comunità hanno scelto di sfruttare queste tecnologie e così via. Qui non si intende certo negare l'importanza dell'avvento della pressa tipografica, ma solo provare a scriverne la storia in maniera più istruttiva e intellettualmente stimolante. È un tentativo di superare il media-centrismo – che si tratti del libro-centrismo di Eisenstein o dell'internet-centrismo di Shirky – per conseguire una visione più ricca e più precisa della storia del libro e della storia di Internet.

Per quel che riguarda il dibattito contemporaneo, dunque, la discussione

dovrebbe verificare se la descrizione di «Internet» fornita da Shirky e ispiratagli da Eisenstein – che in realtà è una descrizione dei presunti effetti sociali della «cultura di Internet» piuttosto che della sua sottostante infrastruttura fisica – sia il modo migliore per rappresentare e riconoscere il ruolo che queste tecnologie hanno nel mondo in generale. In altre parole, se ci impegniamo abbastanza, potremmo trovare un altro modo di parlare di queste tecnologie, un modo che presenti più sfumature e non cancelli importanti differenze locali.

Shirky e Jarvis, naturalmente, non sono neppure sfiorati dal dubbio che le loro descrizioni di «Internet», con tutto il loro evidente storicismo, possano essere fondate in ultima analisi su una «cattiva» storia. Entrambi additano i loro critici come pessimisti, conservatori, musoni, o semplicemente come persone contrarie al cambiamento: il modo più tipico degli internet-centristi di sbarazzarsi delle critiche. Tant'è che Shirky scrive: «Non esiste una posizione conservatrice intellettualmente coerente sulla questione della pressa tipografica. Molti difensori dell'attuale cultura non provano neanche a spiegare perché, da un lato, sarebbe un bene il fatto che la pressa tipografica abbia spazzato via la produzione amanuense, mentre dall'altro sarebbe un male il fatto che Internet metta a rischio la stampa, né spiegano perché la proliferazione di nuovi creatori e della sperimentazione di nuove forme fosse un bene nel 1508 ma non nel 2008. Si presuppone banalmente che le rivoluzioni del passato siano buone e quelle del futuro cattive». ⁹⁸ È normale che non esista una posizione conservatrice coerente sulla questione della pressa tipografica – se esistesse, sarebbe contraria all'alfabetizzazione – ma, come mostrano i vari critici di Eisenstein, esistono molti modi alternativi di parlare della pressa tipografica e dei suoi effetti (una delle tante repliche di Johns a Eisenstein si intitola *Come riconoscere una rivoluzione*). ⁹⁹ Chi non considera «rivoluzionari» gli eventi descritti come tali da Eisenstein, sarà per questa stessa ragione meno incline a istituire false equivalenze tra quegli eventi e ciò che accade oggi.

Jarvis si spinge addirittura oltre nel presentare questo importante dibattito sul modo giusto di parlare della tecnologia come se fosse una battaglia senza zone grigie tra pessimisti e ottimisti, con l'ovvio sottinteso che chiunque ritenga limitanti per il dibattito le tesi eisensteiniane e quelle affini ha perso il contatto con il mondo moderno. Ecco come Jarvis riassume le obiezioni di Johns a Eisenstein: «[Johns] accusa ... Eisenstein ... di attribuire troppi meriti alla pressa tipografica. ... Sono allibito dalle radici della posizione unilaterale dei pessimisti musoni. Perché si oppongono al riconoscimento del merito di certi strumenti? Non è che magari si oppongono alla tecnologia in quanto agente di cambiamento, che sposta potere dalle mani di chi comanda a quelle di chi si ribella? Perché dovrei curarmi delle loro proteste? Io so per certo che questi

strumenti sono stati usati dai rivoluzionari e hanno un ruolo. La cosa più interessante, a questo punto, è domandarsi qual è questo ruolo e che impatto ha». ¹⁰⁰ La sostanziale incomprensione del ragionamento di Johns da parte di Jarvis è solo un aspetto del problema. La visione del mondo di Jarvis ed Eisenstein presuppone che gli strumenti siano qualcosa di fisso, e che stiano al di fuori della cultura e della storia: questo approccio caratterizza anche molti scritti di Jarvis su «Internet». I rivoluzionari odierni di Jarvis si rivolgono immancabilmente a «Internet», ma l'«Internet» che trovano è aproblematica e immutabile, e la sua natura democratica è scolpita nella pietra.

Derubricando importanti critiche metodologiche a mera tecnofobia, Jarvis e Shirky fanno del loro meglio per nascondere il fatto che un dibattito molto diverso su «Internet» – che non presupponga una rivoluzione e non prenda le comode scorciatoie offerte da scaltre parole d'ordine – non solo è possibile, bensì anche urgente. La loro concezione di «Internet» è di gran lunga troppo ampia, fissa e avulsa dal contesto locale. Ed è qui che il dibattito su Internet e quello sulla pressa tipografica si sovrappongono. C'è però anche una differenza cruciale: il modo in cui il primo dibattito verrà risolto avrà molta più influenza sul nostro futuro e le sue ramificazioni si estenderanno ben oltre la comunità di storici che si sono confrontati con Eisenstein. Inoltre, il modo in cui decideremo di risolvere il sempre più ampio dibattito su «Internet» determinerà il modo in cui lo studieranno gli storici futuri. Troppo inchiostro è stato versato negli ultimi decenni per correggere le imprecisioni di Eisenstein, e non vogliamo che gli storici futuri debbano compiere la stessa lunga deviazione a causa di «Internet».

Riciclare il ciclo

Se la cultura della stampa di Eisenstein è un esempio della goffaggine con cui la storia può essere distorta per inquadrare l'attuale dibattito su «Internet», il movimento può svolgersi a volte anche nella direzione opposta: per esempio, quando i nostri commentatori di Internet partono dalle ansie dei contemporanei e risalgono il corso della storia per mostrare quanti moderni dibattiti legati a «Internet» sono un sottoinsieme di più ampi e più lunghi dibattiti sulle reti, l'informazione e la tecnologia. Non c'è nulla di sbagliato nella loro missione in sé – qualcuno, anzi, potrebbe sostenere che a questo serve la storia – ma la maggior parte di tali contributi, nel loro tentativo di raccontare una certa storia su «Internet», hanno la particolarità di fraintendere e bistrattare il passato, consegnandoci una lettura impoverita della storia e una strategia confusa per il futuro.

Ciò dovrebbe indurci a riflettere se l'internet-centrismo – pur affondando le

sue radici in una «cattiva» storia – non rischi di spingerci a riscrivere la storia di periodi precedenti a un unico scopo: fornire una spiegazione teleologica coerente di come tutte le altre tecnologie abbiano aperto la strada a «Internet» e di come la loro governance non sia riuscita ad abbracciare i «valori di Internet», ritardando così l'avvento della «rete delle reti». Questa è l'ideologia dell'internet-centrismo nella sua espressione più pura: ci suggerisce quali domande potremmo e dovremmo porci in relazione al passato. In quanto ideologia, non ha bisogno di dettare le risposte, perché sappiamo già che cosa dobbiamo scoprire per portare a compimento la grandiosa narrazione di «Internet».

Un esempio inquietante dell'effetto che l'internet-centrismo può avere sulla storia – sia massacrandone il contenuto sia donando nuova vita a metodologie arcane e da tempo dimenticate – si ritrova in *The Master Switch*, apprezzatissimo saggio di Tim Wu, lo studioso di diritto che ha inventato il termine «net neutrality» (neutralità della rete) ed è uno dei principali animatori del dibattito su «Internet». Bene, *The Master Switch* è il suo tentativo di esplorare la storia di altre tecnologie – telegrafo, telefono, radio, cinema, televisione – e di mettere in evidenza ciò che possono dirci a proposito della nostra condizione attuale. Ha tutto l'aspetto di una missione nobile, ma chi si lancia in questa impresa dev'essere consapevole dell'immane difficoltà che lo studio del passato comporta. Nella peggiore delle ipotesi, un tentativo di illuminare il presente studiando il passato può trasformarsi in una battuta di pesca, dove il passato non è altro che un gigantesco acquario tossico, popolato da così tanti fattoidi e personaggi esotici da avvalorare praticamente qualunque interpretazione di qualunque trend o fenomeno contemporaneo.

In *The Master Switch* l'argomentazione di Wu procede nel modo seguente: c'è qualcosa di specifico nelle industrie dell'informazione, perché tendono a essere dominate (e intellettualmente saccheggiate) dagli «imperatori dell'informazione», personalità alla Steve Jobs che puntano al controllo assoluto. ¹⁰¹ Il regime dittatoriale di tali imperatori e una serie di qualità strutturali dei loro imperi dell'informazione conducono in genere a quello che Wu chiama «il Ciclo», che è l'inevitabile chiusura delle industrie un tempo aperte e innovative. Ciò accade perché gli imperatori dell'informazione sono uomini d'affari intelligenti ma spietati, oppure perché riescono a convincere le istituzioni a proteggerli dalla concorrenza. È così che si sono sviluppati il sistema degli *studios* di Hollywood, che ha esercitato un controllo senza precedenti sul cinema, decidendo quali film fare e quali tematiche censurare; una rete telefonica chiusa, in cui l'AT&T impediva agli utenti di collegare i loro apparecchi, ritardando virtualmente l'avvento di «Internet»; e, più di recente, il

mondo delle app di Apple, in cui un comitato centrale insediato a Cupertino le esamina e le approva o le cancella.

Wu propone di risolvere questo problema impedendo l'integrazione verticale nel settore dell'informazione, ossia facendo in modo che le società che producono informazione non possano possedere o creare l'infrastruttura necessaria alla sua diffusione, e viceversa. L'intervento delle istituzioni, secondo lui, dovrebbe però fermarsi qui: la lettura della storia suggerita da Wu insinua che l'intervento del governo sarebbe stato fundamentalmente nocivo alla crescita delle industrie dell'informazione. Il suo ideale sarebbe di tenere sia le istituzioni sia il grande business fuori dal settore dell'informazione; è così, secondo Wu, che le imprese di successo in questo settore si sono sviluppate, «Internet» inclusa, ed è così che dovrebbe andare in futuro. Amen.

Potrebbe sembrare un'argomentazione attraente ed elegante, ma in realtà è un tentativo di formulare una di quelle «teorie del tutto». Nella fattispecie, il «tutto» va spiegato per mezzo di un insieme prefissato di preoccupazioni – nel caso di Wu, le preoccupazioni per l'apertura e l'innovazione – che hanno finito per egemonizzare il nostro pensiero riguardo a «Internet». In primo luogo, Wu lascia da parte quelle industrie dell'informazione – come l'editoria – in cui non è emerso nessun «imperatore». Il «Ciclo» non tocca questo settore: è troppo affollato. Combinazione vuole che un imperatore del genere potrebbe emergere molto presto – mi riferisco a un certo Jeff Bezos, che dirige una piccola start-up di nome Amazon –, ma Wu sembra innamorato di Amazon e dell'efficienza dei prezzi che ha introdotto. ¹⁰² In secondo luogo, limitando la sua storia alla sola America – ma perché questo «Ciclo», se fosse qualcosa di reale, si dispiegherebbe soltanto in America? – si lascia sfuggire molti esempi stranieri in cui gli imperatori dell'informazione hanno avuto un gran successo.

André Malraux, per esempio, potente ministro degli Affari culturali francese sotto Charles de Gaulle e padrino del cinema della Nouvelle Vague, non fu forse uno di questi imperatori, sia pur di un genere dedito al servizio pubblico? Studiando da vicino la carriera di Malraux si scoprirebbe che il successo dell'industria cinematografica francese negli anni Sessanta fu la diretta conseguenza della volontà del governo di finanziare film coraggiosi e a basso costo, e di sostenere le *maisons de la culture*, dove tali film potevano essere proiettati. ¹⁰³ Non è una storia di innovazione promossa dal mercato, ma semmai il contrario. Gli imperatori dell'informazione non devono essere visti necessariamente come il male (forse non andrebbero visti affatto: l'internet-centrismo, nelle mani di Wu, ha miracolosamente resuscitato lo screditatissimo modo di raccontare il passato incentrato sui «grandi uomini della storia»). Analogamente, le istituzioni politiche, nonostante i molti sospetti di complotto

che i geek nutrono nei loro confronti, possono svolgere un ruolo potente e benefico nell'industria dell'informazione.

Non è neanche necessario trasferirsi in Francia per osservare questo fenomeno; anzi, uno sguardo più ampio e approfondito alla storia degli imperi dell'informazione in America ne mostra altrettanti esempi. Come ha mostrato Paul Starr nella sua devastante critica di *The Master Switch* apparsa su «American Prospect», persino un'occhiata superficiale alla storia degli uffici postali – una rete di comunicazione creata dal governo per incoraggiare la libera espressione – sarebbe sufficiente a confutare molte teorie di Wu. La posta era concepita come un monopolio e ha avuto un grande successo nella missione che si era prefissa. Secondo Starr, «il governo non ha sollecitato aziende postali private a concorrere; anzi, ha creato un monopolio. Quel monopolio, però, era favorevole alla libera espressione per effetto delle politiche adottate dal Congresso, che finanziava la circolazione di giornali indipendentemente dalle loro idee e diffondeva il servizio postale in tutto il paese». ¹⁰⁴ Su «Internet», però, nessuno gradisce i monopoli, perché puzzano troppo di Microsoft e IBM, e così questo capitolo della storia delle telecomunicazioni viene semplicemente gettato a mare. L'internet-centrismo non tollera ipotesi concorrenti.

Come fa notare Starr, se il governo degli Stati Uniti avesse seguito il motto di Wu secondo cui «l'unica funzione pertinente per il governo è quella di controllare il potere privato, mai quello di sostenerlo ... non avrebbe creato il servizio postale né favorito il rapido sviluppo dei quotidiani, e l'America ne avrebbe sofferto. Più di recente, gli Stati Uniti non avrebbero sviluppato Internet né la radiotelevisione pubblica», due sistemi che hanno richiesto massicci finanziamenti pubblici. ¹⁰⁵ Questo forte sentimento contrario all'intervento pubblico – che sarebbe sempre parassitario rispetto all'innovazione – è un tratto ricorrente della mentalità geek ed è in parte responsabile del disprezzo che molti geek nutrono per la politica. Come rileva Starr, «l'azione del governo, nella distorta descrizione di Wu, è perlopiù un repertorio di espropri regolativi e di vili errori di cui gli americani dovrebbero vergognarsi... anche se, stranamente, gli Stati Uniti hanno avuto per buona parte della loro storia un ruolo guida nel campo delle telecomunicazioni, in parte a causa dell'azione positiva svolta dal governo». ¹⁰⁶ È davvero tanto sorprendente, allora, che un recente editoriale sul sito di tecnologia InfoWorld fosse intitolato *Perché i politici non dovrebbero mai fare leggi sulla tecnologia?* ¹⁰⁷ Se i geek studiano la storia sul testo di Tim Wu, questo tipo di atteggiamento è la conseguenza diretta.

Sul piano metodologico, l'esame delle industrie dell'informazione condotto da Wu è molto simile a quello della cultura della stampa proposto da Eisenstein: esordisce proiettando nel passato le qualità da lui attribuite a «Internet» e

presupponendo che le industrie e le tecnologie da lui studiate possiedano una loro natura, un insieme fisso di qualità e inclinazioni, dopodiché procede a incensare selettivamente gli esempi che confermano tali qualità e a scartare quelli che le negano. Dunque, Wu parte dicendo che l'apertura di «Internet» sarebbe minacciata, ripercorre a ritroso il passato alla ricerca di tendenze che indichino come tutte le industrie dell'informazione abbiano sperimentato analoghe pressioni e torna al presente per annunciare che la storia dimostra che l'apertura di «Internet» è davvero minacciata.

Che questa sia la premessa da cui muove il suo viaggio intellettuale non ha, dopotutto, tanta importanza, perché questa ricostruzione storica ha una piega nettamente militante: l'obiettivo non è comprendere la storia della tecnologia, bensì trovare abbastanza argomenti storici – come nel caso di Jonathan Zittrain – per rendere «Internet» eterno. Un tale internet-centrismo sarebbe un male già di per sé, ma esercita anche un'influenza altamente nociva sulla storia della tecnologia e dei media, dove tutto ciò che è comparso in precedenza viene riesaminato secondo i suoi parametri. Le rassegne storiche ispirate all'internet-centrismo sono semplicemente cattiva storia, anche se ogni tanto producono argomenti propagandistici efficaci su questioni come la neutralità della rete. Il fatto che l'internet-centrismo ci renda ciechi a questo dato di fatto è motivo di preoccupazione, non di entusiasmo.

La nostra disamina dell'internet-centrismo dipinge un quadro piuttosto deprimente. L'idea stessa di «Internet» non è diventata soltanto un ostacolo a un dibattito più informato e preciso sulle tecnologie digitali, ha anche ostacolato molti esperimenti sociali e politici che cercavano di mettere a frutto le lezioni di «Internet». È diventata il passepartout del soluzionismo, fornendogli strumenti, ideologie e metafore per le sue crociate efficientiste. L'internet-centrismo ha fatto dimenticare a molti di noi la realtà per cui questi sforzi sono in buona parte motivati da logiche vecchie e piuttosto sinistre, che nulla hanno a che fare con le tecnologie digitali.

L'internet-centrismo ha anche compromesso il modo in cui pensiamo al passato, al presente e al futuro della regolamentazione della tecnologia. Ci ha erroneamente convinto del fatto che non ci sono altri modi per parlare di questi argomenti senza ridimensionarne l'importanza. L'internet-centrismo è risultato tremendamente utile a fini propagandistici: ha riattizzato (e talvolta creato) movimenti geek di stampo religioso che si sono rivelati decisivi nell'opporsi alla regolamentazione pubblica delle tecnologie digitali. Quel che si è guadagnato in termini di efficacia propagandistica, però, è andato perso sul piano della lucidità e della precisione analitica. La visione totalizzante dell'internet-centrismo, il suo

falso universalismo e il suo riduzionismo pregiudicano la possibilità di avviare un più sostanzioso dibattito sulle tecnologie digitali.

L'internet-centrismo è diventato una specie di religione. Per procedere oltre, avremmo bisogno, come afferma lo studioso dei media francese Philippe Breton, di «una “secolarizzazione” delle comunicazioni». ¹⁰⁸ Questa secolarizzazione non è più procrastinabile. Dobbiamo trovare un modo per dimenticare temporaneamente tutto ciò che sappiamo di «Internet» – diamo troppe cose per scontate, oggi –, rimboccarci le maniche e metterci al lavoro per far sì che le tecnologie non debbano solo limitare la prosperità umana bensì anche promuoverla. I capitoli seguenti applicheranno questo approccio secolarizzato a contesti diversi, come la politica e la prevenzione del crimine, non solo per illustrare quel che succede quando il soluzionismo si combina con l'internet-centrismo, ma anche per individuare un utilizzo più vantaggioso per il bene comune delle tecnologie tanto care ai soluzionisti.

^{*} Teoria che legge e illumina il passato solo per giustificare e glorificare la situazione presente e il dominio di «Internet».

^{*} La National Public Radio è una rete radiofonica statunitense indipendente e no-profit, con oltre 900 stazioni. Rush Limbaugh è un conduttore di talk show radiofonici, di idee ultraconservatrici.

^{*} Forma di filtraggio dei pacchetti dati in transito su una rete (come Internet) alla ricerca di contenuti non conformi ai criteri prestabiliti dall'operatore.

III

Tanto aperta da far male

Possedere oleodotti, persone, prodotti o anche diritti di proprietà intellettuale non è più la chiave del successo. La chiave è l'apertura.

JEFF JARVIS ¹

Per le aziende e per i governi, la trasparenza radicale non è soltanto una scelta, ma un fatto tecnologico della vita.

DON TAPSCOTT ²

La luce del sole sarà anche il migliore dei disinfettanti, come disse nel 1913 il celebre giudice della Corte suprema americana Louis Brandeis, ma i disinfettanti, ahimè, sono di scarsa utilità per le vittime di ustioni. Con l'aumento della quantità di informazioni personali raccolte in database facilmente accessibili – uno spiacevole effetto della sempre crescente richiesta di più trasparenza, più luce solare, più disinfettanti – il rischio della scottatura digitale è significativamente aumentato, mentre la coscienza di tali rischi sembra ancora piuttosto rudimentale. Nonostante le previsioni degli internet-centristi, secondo cui la trasparenza resa possibile da Internet darà luogo a una vita civile più vibrante e responsabile, questo esito è tutt'altro che scontato. Non appena ci si libera del concetto di «Internet» e si comincia a prestare attenzione alle singole tecnologie digitali di cui è fatta, è probabile che si scopra una realtà meno lineare.

Si consideri il caso delle migliaia di californiani che hanno effettuato sottoscrizioni in denaro a favore della Proposition 8, il referendum per vietare nel loro Stato il matrimonio tra individui dello stesso sesso. Certo, queste persone difficilmente vinceranno il primo premio per la tolleranza della diversità, ma sono comunque da elogiare per aver espresso le loro opinioni politiche – per quanto antiquate possano sembrare ai loro avversari – usando le possibilità concesse dal sistema politico del loro paese. Referendum al posto di pogrom: è così che si presume debbano funzionare le cose in America.

Come tutte le leggi sui finanziamenti elettorali vigenti negli Stati Uniti, il Political Reform Act californiano del 1974 impone a chi riceve donazioni superiori ai 100 dollari di rendere pubblico il nome, l'indirizzo e la professione del donatore, in modo che tutti possano conoscerlo. Non proprio tutti, magari;

non subito, almeno. Quando questa legge fu approvata, verso la metà degli anni Settanta, i legislatori non potevano immaginare che tali informazioni sarebbero state ben presto facilmente accessibili a chiunque avesse uno smartphone. Quelle informazioni, infatti, dovevano essere «pubbliche» solo in teoria, non in pratica: la fatica improba di andare a cercare i moduli negli archivi polverosi di qualche municipio sperduto doveva garantire loro un'esistenza quasi totalmente opaca.

Torniamo di corsa al 2008. ³ Un virtuoso appassionato di computer, la cui identità resta a tutt'oggi ignota, crea Eightmaps.com, un sito web che raccoglie le informazioni di dominio pubblico sui donatori favorevoli alla Proposition 8 e le dispone su una mappa di Google, aggiungendo un puntatore – con tanto di nome e professione del donatore – accanto all'indirizzo. Con tutte queste informazioni a portata di mano, non ci vuole molto per sapere dove una persona lavora e per metterla in imbarazzo davanti ai suoi colleghi. Ed è quanto si è puntualmente verificato con un docente della University of California che aveva donato 100 dollari a favore della campagna referendaria. Non solo è diventato bersaglio di una serie di lettere minatorie, ma una di queste è stata inviata per conoscenza a tutti i suoi colleghi e superiori dell'università.

Il problema evidente, nel caso di siti come Eightmaps.com, consiste nel fatto che, sfruttando il nostro amore raramente analizzato per la trasparenza, possono essere impiegati per sopprimere virtualmente quasi ogni tipo di causa politica, a prescindere dalla sua collocazione tra i due estremi liberal e conservatore. È da ingenui credere che si tratti solo di una fisima da conservatori, come hanno sostenuto certi opinionisti; ora che siti come Eightmaps.com possono essere aperti nel giro di pochi minuti – i dati e l'infrastruttura tecnologica sono disponibili gratuitamente – molti altri dibattiti essenziali per la società possono risultarne gravemente limitati. Come ha osservato un commentatore, «fareste mai donazioni al Council on American-Islamic Relations, a La Raza o a Planned Parenthood se pensaste di poter subire il “trattamento Eightmap” per mano di qualche teppista di destra, com'è successo ai finanziatori della Proposition 8 per mano di teppisti di sinistra?». ⁴

Ci sono diverse risposte possibili alle sfide di civiltà poste da siti come Eightmaps.com. Una di queste è proclamare che «Internet» ha trasformato una volta per tutte il modo in cui l'informazione viene prodotta, fruita e distribuita. Invece di prevedere qualche tipo di uscita d'emergenza da Internet, dobbiamo accettare e non combattere questa nuova realtà. Come direbbero i guru di Internet alla Jeff Jarvis, dobbiamo semplicemente aggiornare le nostre norme e imparare a convivere con questo accresciuto livello di apertura, nella speranza forse che i benefici della divulgazione derivanti dalla totale trasparenza compensino il prezzo pagato in termini di partecipazione civile. Chi ha passione

per la legge potrebbe giungere a proporre la modifica delle norme vigenti. Nel caso della California, ciò potrebbe risolversi in un innalzamento del tetto minimo oltre il quale è obbligatorio dichiarare la donazione – da 100, poniamo, a 1000 dollari – o, addirittura, nell’abolizione dell’obbligo di divulgazione.

La speranza (talvolta presentata come un fatto naturale) che sottende entrambe queste risposte – cioè aggiornare le norme o cambiare i regolamenti – è che, per tornare a Lawrence Lessig, «la rete non andrà via». Invece di scomporre «Internet», isolandone le varie parti per provare a capire quali di esse tendano a promuovere o a limitare la democrazia, Lessig preferisce il metodo che tratta «Internet» come qualcosa di unitario, dotato di una propria logica e di un proprio spirito, non suscettibile di interventi politici mirati. Lessig scriveva che «la rete non andrà via» mentre rifletteva su una serie di problemi posti alla democrazia dall’accresciuta trasparenza, e le sue argomentazioni meritano di essere studiate più nel dettaglio, perché mostrano con chiarezza quali paraocchi l’internet-centrismo potrebbe imporre a pensatori altrimenti brillantissimi e talentuosi.

Nell’ottobre 2009, su «New Republic» è uscito *Against Transparency*, il controverso saggio di Lessig (poi ampliato nel 2012 e pubblicato in forma di libro con il titolo *Republic, Lost*).⁵ Il cuore dell’argomentazione di Lessig è che un migliore accesso all’informazione politica – che «Internet» è in grado di garantire – non è sufficiente a risolvere i problemi politici e può persino aggravarli, specialmente se questa informazione, una volta fraintesa, alimenta una delle tante narrazioni ciniche e paranoiche che costituiscono ormai un tratto permanente della vita pubblica americana.

Gran parte dell’esplosione dell’informazione degli ultimi decenni, sostiene Lessig, è rimasta priva di coordinamento. Un esercito di «geek civici» ha scannerizzato documenti governativi, costruito database per immagazzinarli, visualizzato connessioni tra donatori e politici, e messo a punto molte altre forme di giornalismo d’inchiesta mediate dalla tecnologia. Secondo Lessig, le inferenze rese possibili da queste iniziative dei geek – per esempio, la società X ha dato soldi al senatore Y, e questo spiega il suo voto sulla questione Z – potrebbero essere semplicistiche e scorrette. Grazie alla digitalizzazione, molti fatti e fattoidi sono diventati ampiamente accessibili, ma di per sé significano poco: occorre che qualcuno li interpreti. Ma nemmeno in questo caso potremmo avere l’assoluta certezza che il voto del senatore Y sulla questione Z sia davvero conseguenza della donazione fatta dalla società X. La semplice divulgazione dei dati sulle donazioni, accompagnata dall’insinuazione che questi spiegherebbero i voti dei rappresentanti politici, può servire solo a rendere gli elettori più cinici, dato che questi frammenti informativi potrebbero adattarsi a opinioni già radicate sulla corruzione in politica.

Sembra tutto giusto, e Lessig fa bene a sottolineare che l'informazione ha una sua vita sociale, e che il contesto politico in cui viene diffusa e interpretata ha una grande importanza. La pubblicazione non avviene nel vuoto politico, e molte iniziative a favore della trasparenza potrebbero avere più successo se prestassero maggiore attenzione alle conseguenze indesiderate e spesso profondamente ironiche che da essa derivano. Ma Lessig perde la bussola, rivelando il suo personale internet-centrismo, là dove discute le soluzioni al problema da lui appena identificato, a riprova del fatto che le patologie del soluzionismo e dell'internet-centrismo sono fra loro intrecciate. Secondo Lessig, i problemi posti dalla trasparenza alla nostra dinamica politica sono simili a quelli posti dal file sharing all'industria della musica e da siti come Craigslist alle pagine degli annunci dei giornali. Quella di Lessig è una narrazione affascinante su potere e controllo, e tutti questi casi, ruotando intorno a «Internet», vi rientrano a pieno titolo. Dice Lessig:

Questi problemi legati alla trasparenza alludono a un modello che dovrebbe essere familiare a chiunque osservi la varietà di cose orribili – o meravigliose, secondo il punto di vista – che Internet ci infligge. Lo stesso dicasi per le reazioni. Il modello è familiare. La rete inibisce un certo tipo di controllo. La reazione di coloro che beneficiavano di quella capacità di controllo è un frenetico tentativo di restaurarlo. A seconda del punto di vista, la restaurazione può sembrare più o meno giustificata, ma – quale che sia il punto di vista – la restaurazione fallisce. Nonostante il massimo impegno dei più potenti, il controllo – almeno finché ci sarà «un'Internet» – è perduto. ⁶

Per Lessig, «Internet» è come una forza della natura – come un uragano, forse – che ci «infligge» ogni sorta di «cose orribili». Non dovremmo resisterele, ma solo limitare i danni. L'industria della musica, quindi, non avrebbe dovuto denunciare piattaforme come Napster – che, secondo Lessig, è un comportamento anti-Internet – e, per la stessa ragione, l'industria della carta stampata non dovrebbe prendersela con siti come Craigslist e Google News, né nascondere gli articoli di giornale dietro accessi a pagamento. Viceversa, l'industria della musica dovrebbe essere salvata da un'imposta ad aliquota fissa sui consumi culturali, mentre i giornali dovrebbero trasformarsi in imprese no-profit. Per quale ragione Lessig è convinto che siano soluzioni valide? Be', perché hanno «la singolare virtù di accettare l'architettura di “Internet” così com'è e di aver trovato un modo migliore per fornire i beni richiesti nelle condizioni date da questa architettura». ⁷ È in questo contesto che si colloca la citazione di Lessig sulla «rete [che] non andrà via». Un esame approfondito di

questa affermazione nel suo contesto, però, rivela la facilità con cui il genere di internet-centrismo alla Lessig si trasforma in disperato disfattismo tecnologico: «Ma la rete non andrà via. Non riusciremo a uccidere la “darknet”, la rete oscura (come la definisce Microsoft in un fantastico rapporto sull’inevitabile sopravvivenza delle tecnologie peer-to-peer). Non riusciremo a regolare l’accesso alle notizie né le pubblicità di futon gratuiti. Non torneremo al XX secolo». ⁸

Nel quadro delle sfide poste dalla trasparenza, Lessig sostiene che sarebbe meglio mettere mano alle leggi e optare per elezioni finanziate dallo Stato, in modo che i cittadini non possano neppure sospettare che i politici si vendano. La ragione per cui Lessig preferisce la soluzione legislativa e non quella tecnologica è qui di particolare importanza: la Rete è sacra e permanente, sicché ogni intervento sui suoi gangli è escluso. Il saggio di Lessig, d’altro canto, rivela un certo disincanto su ciò che in pratica costituisce l’«Internet» di cui lui parla (forse non è un caso se lo stesso Lessig parla di «un’Internet», tra virgolette cautelative). Quando Lessig scrive della necessità di accettare l’«architettura di Internet», si potrebbe credere che stia parlando della sua infrastruttura fisica: è questo, dopotutto, il significato solitamente attribuito al termine «architettura». Non c’è nulla, però, nell’infrastruttura fisica di «Internet» che prescriva se il «New York Times» debba istituire un accesso a pagamento o se Google News debba pagare una qualche tariffa ai giornali per aggregarne le notizie. Può anche darsi che queste proposte siano stupide – anche se l’accesso a pagamento, checché ne dicano i guru di Internet, sembra funzionare bene per il «New York Times» – ma la loro presunta «stupidità» non deriva dalla loro intrinseca incompatibilità con l’«architettura di Internet». Presumere che «Internet», come la Bibbia o il Corano, contenga risposte semplici al problema di come regolare l’accesso alle notizie, alla musica o alle «pubblicità di futon gratuiti» equivale a credere che operi secondo leggi costanti, come quelle della gravità.

Ironia della sorte, Lessig ha costruito una carriera accademica proprio sull’opposizione a questa tesi. Ma, in quanto militante e intellettuale pubblico, Lessig non ha difficoltà ad abbracciarla ogniquale volta ciò serva ai suoi fini. Ora, poiché io condivido buona parte dei fini di Lessig, trovo poca soddisfazione nel criticare i suoi mezzi, ma penso che siano intellettualmente insostenibili e probabilmente fuorvianti per chi non ha cognizioni di tecnologia. L’internet-centrismo, come tutte le religioni, potrebbe avere i suoi sbocchi produttivi, ma è davvero una pessima guida per la soluzione di problemi complessi, che si tratti del futuro del giornalismo o degli effetti indesiderati della trasparenza.

È tempo di abbandonare il principio cardine dell’internet-centrismo e di smettere di confondere le reti fisiche con le ideologie che le percorrono. Non

dovremmo presentare queste ideologie come prodotti inevitabili e naturali di queste reti fisiche, quando sappiamo benissimo che si tratta di ideologie contingenti ed effimere, e probabilmente influenzate dai capienti forzieri della Silicon Valley. Invece di rispondere a ogni singola sfida digitale valutando in che misura essa risponda ai bisogni della «Rete», dobbiamo imparare a impegnarci in discussioni circoscritte ed empiricamente fondate sulle tecnologie e le piattaforme particolari che costituiscono «Internet».

Se, in alcuni casi, ciò significherebbe andare contro le vacche sacre della trasparenza e dell'apertura, così sia. Prima che l'idea di «Internet» sequestrasse la nostra immaginazione, abbiamo sempre accettato simili compromessi. Nessun filosofo serio affermerebbe mai che la trasparenza e l'apertura siano beni indiscutibili o valori assoluti a cui le società umane dovrebbero tendere. Non c'è una ragione valida per spingerci improvvisamente ad accettare la filosofia totalizzante di «Internet» e ad abbracciare la supremazia dei valori a questa associati solo perché i suoi adepti credono che «la rete non andrà via». Le tecnologie digitali non contengono risposte già pronte all'uso per i dilemmi sociali e politici che creano, anche se «Internet» vuole convincerci del contrario.

Male per i database, bene per la democrazia?

Nel 2010 Manuel Aristarán, un giovane programmatore di Bahía Blanca, una città dell'Argentina meridionale, servendosi di strumenti gratuiti e open-source ha creato un innovativo sito web chiamato Gasto Público Bahiense, che può essere tradotto più o meno con «Spesa pubblica di Bahía Blanca». ⁹ Il sito di Aristarán era eversivo nella sua semplicità: raccoglieva dati sulla spesa pubblica già disponibili sul sito web del municipio e li presentava sotto forma di tabelle che consentivano di individuare i criteri di spesa. Finalmente, i cittadini potevano capire quanto denaro finiva nelle tasche degli appaltatori pubblici o stabilire se fossero l'istruzione o i trasporti a consumare la maggior parte delle risorse della comunità.

Il nascente movimento nazionale a favore della trasparenza dei dati amministrativi aveva ottime ragioni per esultare. Non che in precedenza questi dati non fossero di dominio pubblico – lo erano – ma per recuperarli gli utenti dovevano svolgere ricerche per ogni singola informazione. Non un lavoro durissimo, ma chiunque avesse voluto farsi un'idea generale si sarebbe sicuramente annoiato. Di fatto, ben pochi cittadini si erano interessati.

L'esultanza, come si è visto in seguito, era destinata a durare poco: un anno dopo l'apertura del sito di Aristarán, l'amministrazione comunale di Bahía Blanca ha riorganizzato il proprio portale. Questa sarebbe di norma una buona

notizia, ma la riorganizzazione si è rivelata più ambiziosa della consueta invasione di bottoni sgargianti e banner lampeggianti. La giunta ha anche reso più difficile l'accesso ai propri database: chi voleva accedere ai dati in essi contenuti doveva dimostrare di essere un umano copiando nell'apposito spazio un CAPTCHA (li avrete probabilmente incontrati creando nuovi account di posta elettronica o lasciando commenti sui blog: vi viene chiesto di copiare una breve stringa alfanumerica che gli script dei computer non dovrebbero essere in grado di leggere). Di conseguenza, benché fosse ancora possibile visionare e addirittura copiare i dati presenti sul sito del comune, gli script che avevano consentito ad Aristarán di caricare i dati su Gasto Público Bahiense non sarebbero più stati utilizzabili.

I geek, ovviamente, si sono arrabbiati. David Sasaki, un attivista pro trasparenza amministrativa che ha documentato questo caso sul proprio blog, ha parlato di «grande passo indietro sul piano del governo aperto in Argentina». ¹⁰ Il fatto è che diversi altri attivisti argentini meditavano di utilizzare il software di Aristarán per allestire siti analoghi per i rispettivi comuni, anche se poi hanno rinunciato perché il sistema dipendeva troppo dai capricci delle burocrazie municipali e perché questi attivisti hanno deciso di collaborare con gli enti locali anziché agire come loro controparti (e la mossa, col senno di poi, si è rivelata molto saggia). Ma, per tornare alla critica di Sasaki, ha davvero così tanta importanza che la riorganizzazione del sito sia stata «un grande passo indietro sul piano del governo aperto»? Un passo indietro sul piano del governo aperto significa necessariamente un passo indietro per la politica e per la democrazia argentine? L'amministrazione comunale ha forse commesso il peccato mortale – almeno secondo la cosmologia di Lawrence Lessig – di non «accettare l'architettura di Internet così com'è»?

Si può credere che la risposta a tutte queste domande debba essere un sonoro sì: una maggiore apertura delle istituzioni di governo è un bene per la politica, e introdurre barriere artificiali fra utenti e portali delle amministrazioni è una mossa molto anti-Internet e anti-rete. Prima di trarre conclusioni affrettate, però, ricordiamo che il caso di Bahía Blanca rappresenta solo uno dei tanti modi possibili di praticare l'«apertura dal basso»: si dà il caso, semplicemente, che qui il protagonista sia un geek animato da nobili intenzioni e senza obiettivi politici.

Provate, però, a figurarvi uno scenario più inquietante. Poniamo che le elaborate tabelle di Aristarán, così come le statistiche aggregate su cui si basano, vengano raccolte da un movimento populista ed esperto nell'uso dei media che punti a tagliare i finanziamenti alle scuole per convogliare tutto il denaro pubblico, per esempio, su una vicina distilleria di rum o nell'organizzazione di una qualche festa annuale, e che l'ente locale sia troppo debole per resistere a

questa pressione. In circostanze del genere, tutt'altro che insolite nella tumultuosa cultura politica latinoamericana di venticinque anni fa, sarebbe plausibile anteporre la salvaguardia del governo democratico – con tutti i suoi contorti e unanimemente detestati compromessi e limiti – alle esigenze di un «governo aperto». Una democrazia inefficiente è sempre preferibile a una dittatura ben gestita. Se tutte queste condizioni persistono, consentire agli esseri umani di leggere i dati, ma non agli script dei computer, può sembrare un compromesso ragionevole.

Ciò non significa che Bahía Blanca, con o senza il sito web di Aristarán, fosse sull'orlo di un golpe, anzi. Questo, però, non implica nemmeno che la minaccia di un golpe sia l'unica ragione valida per mettere mano alle configurazioni di accesso al sito web del comune. Anche ammettendo che la reazione dell'amministrazione locale sia eccessiva, l'unico modo legittimo di opporvisi sarebbe quello di considerarla nell'ottica delle condizioni poste dalla politica locale argentina. In altre parole, l'importante non dovrebbe essere l'adequatezza delle scelte in rapporto a criteri globali o presuntamente neutrali di «governo aperto», un'espressione che, nelle mani di militanti come Sasaki, è intrisa di internet-centrismo anche se non fa mai uso della parola «Internet».

Il fatto, poi, che le iniziative dell'amministrazione comunale di Bahía Blanca rappresentino una minaccia per la «rete che non andrà via» di Lessig dovrebbe avere un rilievo ancora minore. La soluzione trovata è stata chiaramente tecnologica e, a seguire rigorosamente la logica di Lessig, è andata effettivamente contro la «Rete» e il suo spirito di apertura e trasparenza. E con questo? Perché dovrebbe essere una cattiva idea, se oltretutto il suo impatto sulla Rete è così limitato? Perché mai una soluzione non tecnologica – del genere proposto da Lessig contro la crisi della carta stampata e la pirateria musicale – dovrebbe essere qui preferibile?

Si può supporre che le autorità argentine avrebbero potuto piegare le leggi (o l'interpretazione delle leggi) e smettere semplicemente di divulgare i dati relativi alla spesa pubblica. Questo, però, sarebbe stato un esito ben peggiore per la democrazia rispetto alla pubblicazione dei dati in un formato adatto alla sola consultazione umana. Certo, anche il non fare nulla, lasciando che Aristarán continuasse ad aggiornare il suo sito web, poteva essere una risposta adeguata, ma questa conclusione può essere raggiunta solo dopo un'ampia analisi empirica della politica locale, non presupposta per il solo fatto che corrisponderebbe allo «spirito di Internet». Questo «spirito» è un mito potentissimo elaborato da «attivisti legali» iperzelanti, e prima lo si seppellisce, meglio è. Quale che sia la sua utilità per fini politici – e gli obiettivi di molte campagne sono stati tutt'altro che lodevoli – questo mito di una rete unica, interconnessa e fragile, limita anche

la nostra immaginazione e ci lega le mani nella risposta ai problemi concretissimi emersi con la progressiva interconnessione e con il sempre più facile accesso a varie piattaforme di dati.

Fuga dal doppio click

Dopo esserci liberati del mito della rete monolitica, possiamo recuperare numerose opzioni regolative che pensavamo di aver perduto a vantaggio dell'internet-centrismo. Con un po' di fortuna potremo addirittura trovare il modo per affrontare le sfide poste da siti come Eightmaps.com senza dover necessariamente sacrificare le autentiche opportunità di trasparenza che si sono in effetti aperte negli ultimi decenni. Deborah Johnson, Priscilla Regan e Kent Wayland – rispettivamente filosofa morale, studiosa della privacy e antropologo – nel loro interessante articolo del 2011, *Campaign Disclosure, Privacy and Transparency*, offrono alcuni ottimi spunti interdisciplinari su come procedere.¹¹ Come si può forse dedurre dal titolo, il pezzo approfondisce le conseguenze sociali e politiche della divulgazione in rete di dati sul finanziamento di varie campagne politiche, molto simili a quelli sfruttati dai creatori di Eightmaps.com.

Il concetto chiave dei tre autori è che i nuovi sistemi elettronici – dai database online ai motori di ricerca – che mediano l'accesso a taluni documenti non sono per niente quei fornitori di informazioni, esenti da problemi e altamente prevedibili, quali noi spesso li consideriamo. Queste piattaforme, di fatto, trasformano e modificano le informazioni che forniscono; è uno di quei casi in cui il famoso detto di Marshall McLuhan, secondo cui il medium è il messaggio, meriterebbe di essere adottato, almeno in parte, perché ci costringerebbe a esaminare l'infrastruttura che ci procura le informazioni desiderate. Vige un certo approccio superficiale a questa infrastruttura – un approccio che il filosofo francese Bruno Latour ha definito del «doppio click»¹² – per il quale la comunicazione e la produzione di sapere sarebbero attività relativamente semplici e prive di attrito, che potrebbero avvenire anche in assenza di mediatori quali database e motori di ricerca. Come utenti abituali dei computer, ci siamo assuefatti all'idea che le informazioni compaiano senza fatica sui nostri browser nel giro di un paio di click, ma come vi giungano dalle loro fonti originali – su quale proverbiale nuvola risiede la nostra e-mail? – e che cosa accada loro lungo il tragitto è spesso molto più interessante del contenuto vero e proprio di ciò su cui stiamo cliccando. Purtroppo, però, raramente ci prendiamo la briga di indagare su queste inezie.

Su una falsariga analoga, i sistemi dell'informazione che mediano il nostro

accesso ai dati sul finanziamento delle campagne politiche o referendarie non sono trasparenti come case di vetro, bensì piuttosto come case di specchi. «Invece di [permettere] ad altri di vedere quel che accade all'interno ... collocano i dati su persone e istituzioni all'interno di una casa di specchi in cui l'osservatore può "vedere", nel migliore dei casi, una costruzione parziale – uno scorcio, per giunta mediato – di quel che fanno le persone osservate.» ¹³ La nostra nuova infrastruttura, insomma, influenza in almeno quattro modi le informazioni che veicola. I due per noi più rilevanti in questa sede sono quelli che gli autori chiamano «bouncing» (rimbalzo) – che si verifica quando un'informazione raccolta per un certo scopo finisce, come un'immagine riflessa in una casa di specchi, su un altro sito dove viene utilizzata per scopi diversi – e «highlighting and shading» (evidenziazione e attenuazione), dove alcune informazioni assumono un'importanza non prevista e sproporzionata per la reputazione di una persona, mentre altre, più pertinenti, vengono nascoste, un po' come i riflessi in una casa di specchi, che distorcono i vari aspetti di un corpo.

Eightmaps.com è un esempio lampante di «bouncing»: i moduli di dichiarazione delle donazioni non erano concepiti per riversare dati nei siti di vigilanza. L'«highlighting and shading» è un po' più ostico da decifrare. Supponiamo che una volta abbiate fatto una sottoscrizione per una campagna elettorale e che questa informazione sia stata debitamente pubblicata sul relativo sito web. Alla fine, per effetto del «bouncing», questa informazione si fa strada fino a un noto aggregatore come l'Huffington Post, che ospita una sezione sulle sottoscrizioni per varie iniziative. Dato che l'Huffington Post è molto attento alla strategia di ottimizzazione del suo motore di ricerca – pubblica titoli studiati per assicurarsi posizioni di primo piano tra i risultati di Google – i suoi link tendono a comparire molto in alto nella lista di Google con un gran numero di chiavi di ricerca. Pertanto, chiunque cerchi su Google il vostro nome vedrà come primo o secondo link la minipagina dell'Huffington Post su di voi, che contiene nientemeno che i vostri contributi alla campagna in questione.

Si consideri il caso del professore di diritto James Gardner, da lui stesso documentato in un recente articolo. Gardner ha versato denaro a sostegno di diverse campagne, e l'Huffington Post ha ricavato queste informazioni dal sito web della Federal Election Commission (FEC). Se il primo risultato delle ricerche sul suo nome è la pagina personale sul sito dell'istituto in cui insegna, scorrendo la prima pagina dei link si trova il rimando all'Huffington Post. Gardner non teme tanto che qualche pazzo sostenitore dei candidati avversi a quelli da lui sostenuti possa arrabbiarsi. Lo preoccupa, piuttosto, la possibilità di fare come si deve il suo lavoro, cioè di insegnare. Gardner, infatti, insegna diritto

costituzionale, una disciplina preta di risvolti politici, e gli studenti potrebbero considerarlo poco autorevole in quanto condizionato dalla sua ideologia politica. «Faccio grandi sforzi nelle mie lezioni per mostrarmi ideologicamente neutrale e al di sopra delle parti, e sono convinto che questo accentui la mia efficacia per una vasta gamma di studenti.» ¹⁴ Mostrarsi neutrale è ormai diventato impossibile per Gardner, poiché la sua identità politica può essere scoperta sulla prima pagina dei risultati ottenuti digitandone nome e cognome su qualsiasi motore di ricerca.

Supponiamo, però, che Gardner abbia fatto un'unica sottoscrizione in vita sua e se ne sia subito dimenticato, rinunciando all'impegno politico al punto di essere considerato dagli amici un «apolitico». Lo stretto (ancorché informale) rapporto tra Google e l'Huffington Post garantisce praticamente che chiunque usi come chiave di ricerca il suo nome e cognome sia tentato di farsi un'idea diversa, perché la sua «dimensione» politica risulta gonfiata a dismisura ed «evidenziata», mentre altri aspetti più pertinenti della sua personalità vengono «attenuati».

In che modo questa nuova tassonomia del «bouncing» e dell'«highlighting» può aiutarci ad affrontare alcune delle conseguenze indesiderate delle piattaforme informative strettamente interconnesse e facilmente accessibili? A differenza di Lessig, con la sua fanatica devozione alla religione dell'internet-centrismo, Johnson, Regan e Wayland ritengono che una diversa configurazione dell'infrastruttura tecnologica produrrebbe un esito diverso. I dati sul finanziamento delle campagne politiche, una volta messi online, dovrebbero essere passibili di sola lettura, nel senso che, pur essendo disponibili sul sito della FEC, non dovrebbe essere consentito scaricarli o riprodurli altrove troppo facilmente. Questa soluzione è molto simile a quella adottata dai funzionari argentini: misure del genere potrebbero reintrodurre almeno un po' dell'utile opacità che è attualmente a rischio.

Un altro modo per contrastare il «bouncing» consiste nel rendere più difficile il reperimento dei dati pubblicati o, almeno, nel fare in modo che chiunque li cerchi finisca sul sito della FEC, che è sicuramente meno incentivata di altri siti privati ad attenuare o ad amplificare le informazioni. Oppure si può pensare di «legare» i diversi campi di un database in modo da complicare l'opera di evidenziazione e attenuazione di particolari aspetti delle informazioni in questione, estrapolandoli dal contesto. Oppure – che cosa impensabile! – studiare dei modi per limitare l'influenza che l'Huffington Post, con la complicità di Google, ha sulla reputazione delle persone (alcuni studiosi di diritto hanno addirittura proposto la radicale contromossa di offrire agli utenti la possibilità di rispondere ai risultati delle ricerche sulla loro persona). ¹⁵ O,

ancora, si potrebbe imporre una data di scadenza sui dati dei finanziamenti delle campagne elettorali, facendo sì che si autodistruggano, poniamo, cinque anni dopo. Se i dati fossero muniti di un sistema di «autodistruzione» che inserisca la data di scadenza a ogni loro riproduzione, si potrebbe persino riuscire a risolvere il problema di siti terzi come quello dell'Huffington Post.

Perché nulla di tutto ciò si è verificato? Secondo Johnson, Regan e Wayland, potrebbe dipendere dal fatto che la libera circolazione dei dati sui finanziatori delle campagne politiche si combina alla perfezione con altri assunti più generali sull'importanza della trasparenza in politica. La cosa suona verosimile, ma forse il predominio dell'internet-centrismo nei dibattiti sulla privacy e sulle regole è un fattore ancora più significativo. La nostra inazione non è soltanto effetto del nostro feticismo della trasparenza, è anche diretta conseguenza del nostro feticismo di «Internet». Per ironia, oltre a legittimare l'odiosa ideologia del «soluzionismo», con la sua incessante ricerca di soluzioni a problemi spesso inesistenti, l'internet-centrismo comincia a inibire la nostra capacità di concepire efficaci soluzioni tecnologiche ai problemi reali. In questo quadro, le soluzioni non si giudicano più in base al loro valore, bensì in rapporto alla loro compatibilità con l'idea di una «Rete» libera, aperta e trasparente, e con la sua «architettura». Questa è l'altra faccia, più oscura, dell'epocalismo: mentre nuove soluzioni vengono concepite perché pensiamo che la nostra epoca sia eccezionale e unica, e che tutto ciò che è incompatibile con «Internet» debba essere spazzato via, crediamo anche che qualsiasi problema di «Internet» debba essere affrontato in modo da lasciare «Internet» intatta.

Dalle scottature all'energia solare

Il contrasto tra i due approcci – tra la volontà di rimboccarsi le maniche e di mettere mano a «Internet», da un lato, e il disfattismo tecnologico di Lessig, dall'altro – è sconvolgente. Certo, Lessig si propone di risolvere un problema per certi aspetti diverso: il suo vero bersaglio è il cinismo nella nostra cultura politica, non la graduale erosione della privacy o l'agghiacciante effetto che siti come Eightmaps.com possono avere sulla vita pubblica. Lessig non pensa affatto che il «flag bouncing» – la semplice migrazione delle informazioni dalla fonte originale a siti terzi – sia qualcosa di cui preoccuparsi. D'altra parte, molti dei suoi timori – in particolare, il rischio che i cittadini possano trarre inferenze scorrette dalle informazioni politiche che trovano online – si sovrappongono con quelle legate all'evidenziazione e all'attenuazione, anche se lui non usa mai questa terminologia.

Questi problemi non scompariranno magicamente nemmeno se l'America

optasse per campagne elettorali finanziate pubblicamente – la soluzione preferita da Lessig – perché le nostre case di specchi digitali sono costruite con ben altro che i semplici dati sulle elezioni. La digitalizzazione degli archivi dei tribunali, per esempio, presenta una sfida analoga, forse ancora più formidabile. Se accettate di intervenire come testimoni in una causa moderatamente controversa, probabilmente non immaginate che questa informazione comparirà su Google tra i primi risultati di una ricerca sul vostro nome, grazie agli algoritmi di ottimizzazione del motore di ricerca dell'Huffington Post.

Questo problema ha suscitato notevole interesse – e preoccupazione – in molti studiosi. Peter Winn, docente di diritto presso la School of Law della University of Washington, avverte che la disponibilità di queste informazioni online potrebbe indurre molte parti coinvolte nel processo giudiziario a un atteggiamento meno cooperativo. «Quando le persone coinvolte cominciano a scottarsi o a subire danni dopo aver fatto rivelazioni delicate in tribunale, quando le informazioni fornite vengono usate per scopi diversi dalla risoluzione della vertenza, le parti in causa, i testimoni e i giurati sono sempre meno incentivati a dire subito la verità» osserva Winn.¹⁶ Joel Reidenberg, un altro luminare nel campo del diritto informatico, dimostra che il problema dell'evidenziazione e dell'attenuazione dev'essere affrontato anche in questo contesto: «Se le informazioni sulle persone vengono estratte dagli archivi del tribunale ed elaborate attraverso pratiche di data mining o combinate con altre informazioni acquistate presso venditori di dati o in altri database, o semplicemente reperite tra quelle già di dominio pubblico, il contesto originale va perduto, e il data mining porta allo sviluppo di profili comportamentali degli individui, alla stereotipizzazione».¹⁷ «In effetti,» avverte Reidenberg «rendendo così trasparenti le informazioni sui cittadini, questi ultimi non hanno più alcun controllo sul loro successivo utilizzo e, ironia della sorte, proprio le compilazioni dei dati e i profili decontestualizzati possono finire per pregiudicare l'accuratezza delle informazioni sugli individui.»¹⁸

Uno studio apparso nel 2012 sulla «Maryland Law Review» si propone di capire in che modo l'interesse e il diritto alla privacy di tutte le persone coinvolte nel sistema giudiziario possano essere combinati con i benefici sociali insiti in un più facile accesso agli archivi dei tribunali. La tecnologia, in realtà, può essere di grande aiuto a questo fine, ma solo se chi progetta i sistemi informatici è disposto a porre qualche limite e a consentire un accesso selettivo ai vari soggetti coinvolti in base alle prerogative di cui questi soggetti godono. I dati potranno ancora essere disponibili in rete, ma invece di fare in modo che tutti vedano tutto, bisognerà provvedere a che tutti vedano qualcosa. In tal modo, osservano gli autori, «un approccio che preveda l'automatica espunzione da

archivi pubblicamente accessibili dei nomi di chi non è direttamente implicato in una data causa, tra cui membri delle giurie, testimoni e chi viene coinvolto suo malgrado – cosa che in passato poteva essere impraticabile –, con gli strumenti tecnologici oggi disponibili diventa banale routine». ¹⁹

Questo, naturalmente, sarebbe un male per il carattere aperto di Internet, così come per gli Huffington Post e i Google di questo mondo – per non parlare del benessere della «rete» –, ma perché mai dev'essere solo il loro benessere a determinare il corso della politica pubblica? O ancora, perché mai dovremmo optare per soluzioni puramente legislative che, nel tentativo di non violare il carattere aperto della rete, potrebbero portare a una riduzione di tale apertura, dato che i documenti pubblicabili in rete con gli opportuni omissis potrebbero improvvisamente tornare al chiuso degli archivi cartacei dei tribunali? Perché la difesa di imprecisati valori di Internet dovrebbe distoglierci da valori di equilibrio che hanno una concreta rilevanza? (Ed «equilibrio», qui, è la parola giusta: non si può avere tutto.) E siamo sicuri che la «rete» ne soffrirebbe, se noi sperimentassimo un po'?

È sorprendente che Lessig, dopo essersi fatto una reputazione con l'idea secondo cui esistono quattro distinte modalità di regolazione – tecnologia (o programmazione), diritto, mercati e norme –, sia così restio a considerare i modi in cui la tecnologia può essere utilizzata per risolvere alcuni degli spinosi problemi innescati dalla condizione sempre più digitalizzata e reticolare delle nostre infrastrutture informative. L'internet-centrismo sembra fornire narrazioni disfattiste adeguatissime per tutti i problemi sociali: se qualcuna delle soluzioni tecnologiche proposte non ha funzionato per il problema del file sharing non funzionerà di certo nemmeno per i giornali o per gli archivi dei tribunali. Perché? Perché tutti e tre gli ambiti hanno un risvolto «Internet» e, secondo il più tipico internet-centrismo, tutto ciò che ha un risvolto «Internet» non può che essere governato dalle regole e dagli obiettivi di Internet. Tutto diventa interconnesso: tutto rientra in un'«ecologia di Internet», terribile metafora tanto cara ai teorici della cibernetica. In sostanza, non è ammesso nulla che comporti anche solo un'elementare manipolazione del funzionamento delle tecnologie.

E poi, naturalmente, c'è la scomoda verità per cui tutte le soluzioni tecniche proposte per mitigare le conseguenze di questa apertura da poco scoperta – caricare i dati in modalità «sola lettura», impedire che i motori di ricerca includano tra i loro risultati dati sensibili, introdurre date di scadenza per i file – assomigliano molto a quello che l'industria dell'intrattenimento si attende dalla Silicon Valley nel quadro della propria guerra alla pirateria online. Per gente come Lessig, accettare queste tecniche quali ragionevoli meccanismi per porre un argine alla crescente trasparenza equivarrebbe ad appoggiare gli interventi

voluti da Hollywood. Inoltre, accettare alcune soluzioni tecnologiche in un contesto respingendole in altri potrebbe intaccare l'idea di un'«Internet» unica e unitaria, dove alcune soluzioni vengono scartate su basi meramente ideologiche.

Di conseguenza, tutti questi accorgimenti tecnologici vengono attualmente respinti senza tante indagini empiriche sulla loro efficacia, ma unicamente in quanto vanno «contro la natura di Internet» e violano lo spirito di «mescolanza» o il carattere «leggi/scrivi» che Lessig associa alla cultura di Internet più o meno alla stessa maniera dottrinarica in cui la studiosa della stampa Elizabeth Eisenstein associa la fissità e la standardizzazione alla cultura della stampa.

Di qui, le curiose affermazioni tipo «la rete non andrà via», come se la rete fosse davvero assimilabile alla gravità. In realtà, la rete non andrà via perché Lessig per un decennio abbondante ha tenuto centinaia se non migliaia di conferenze per convincere tutti della necessità di non mettere mano alla «rete» e di preservare e rispettare le sue caratteristiche che producono mescolanza. Questa posizione si è rivelata molto efficace nell'opposizione alle pretese di Hollywood – alcune delle quali erano effettivamente eccessive –, ma questo modo di pensare, per il quale la «rete» diventa un gigantesco concetto astratto che racchiude sia i quindicenni che filmano i loro gattini sia l'amministrazione comunale argentina che ristruttura il proprio sito web, non serve a portarci fuori dal labirinto intellettuale in cui ci troviamo.

Perché, potrebbe domandare qualcuno, gli amministratori locali di Bahía Blanca dovrebbero sacrificarsi per consentire a un quindicenne di Palo Alto di remixare un video di gattini senza andare in galera? Questo, in sostanza, è ciò che chiedono gli internet-centristi come Lessig. Io sono l'ultima persona al mondo che vorrebbe vedere un quindicenne in galera per pirateria informatica, ma penso anche che dovremmo trovare modi migliori e più persuasivi per conseguire questo obiettivo, senza dover ricorrere alle verità semplicistiche dell'internet-centrismo e senza esitare a mettere mano alle tecnologie da noi costruite solo perché ciò andrebbe contro la loro natura. Rifiutarsi di mettere mano e di provvedere alle infrastrutture tecnologiche da noi costruite significa cedere a un impulso ben peggiore delle pulsioni tecnofobiche miranti alla loro chiusura o della pulsione internet-centrista a salvaguardare sempre «Internet» così com'è.

Non si affronta il rischio di scottature evitando di esporsi al sole. E neppure le prendiamo per inevitabili, lanciando campagne a favore di leggi che garantiscano cure migliori, più rapide e più economiche contro le ustioni solari. Piuttosto, ci rivolgiamo alla tecnologia – compriamo creme protettive e piantiamo un ombrellone – e viviamo la nostra vita. Nonostante il monito di Brandeis sui disinfettanti e nonostante le promesse dell'energia pulita, pochi di

noi sono caduti nella bizzarra ideologia del «sole-centrismo», che considera illegittimi gli interventi tecnologici per il solo fatto che ci consentono di lavorare sugli effetti dei raggi solari, sfruttandoli in alcuni casi e neutralizzandoli in altri. Possiamo avere pannelli solari e occhiali da sole, creme solari e tende, serre e aria condizionata: presumere che l'una o l'altra cosa possa in qualche modo intaccare l'«architettura della luce solare» o contraddirne lo spirito di illuminazione e disinfezione è ridicolo. Ovviamente, si potrà obiettare, «Internet» può rompersi, mentre – cambiamenti climatici a parte – è impossibile «rompere» il sole, cosicché dovremmo trattare «Internet» con cura ed elevarla a uno status d'eccezione. Questa, a mio parere, è la radice dell'illusione: quell'«Internet» che può essere messa in crisi da un banale cambiamento su un sito web in Argentina non merita di essere difesa, perché è una leggenda, e di quelle decisamente nocive.

Quando la trasparenza fa danni

È difficile dire se sia peggio la resa incondizionata di Lessig a «Internet» o il cieco entusiasmo dei suoi amici geek che, attribuendo un'importanza eccessiva a «Internet», abbracciano la mentalità soluzionista più estrema e si convincono che il suo avvento dia loro il diritto – forse persino il dovere – di promuovere la trasparenza in tutti gli ambiti della vita, senza mai fermarsi a indagare sugli aspetti più oscuri e meno esplorati delle crociate a favore della trasparenza. Nel loro universo, la trasparenza può solo aggiungere, mai sottrarre.

Il teorico della trasparenza britannico David Heald traccia un'utile distinzione fra la trasparenza in quanto valore intrinseco, come fine in sé, e la trasparenza in quanto valore strumentale, come semplice mezzo utile a qualche obiettivo importante, quale ad esempio la responsabilità. Perciò, scrive Heald, «le “giuste” varietà di trasparenza sono apprezzate perché si ritiene che contribuiscano, per esempio, a un'amministrazione efficiente, responsabile e corretta, e a promuovere l'uguaglianza nella società». ²⁰ Ciò significa, tra le altre cose, che esistono anche varietà «sbagliate» di trasparenza, che potrebbero condurre al populismo, condizionare decisioni e accrescere la discriminazione. È difficile credere che, quando Vladimir Putin ordina di installare webcam nelle cabine elettorali di tutta la Russia, il suo appello alla retorica della trasparenza abbia altro fine se non la sua permanenza al potere, fingendo che le elezioni in Russia siano ancora più democratiche e trasparenti di quelle di chi in Occidente critica la Russia. ²¹ (Qui, ovviamente, il punto è trovare un modo di truccare le elezioni sotto gli occhi delle webcam, impresa tutt'altro che ardua per i burocrati russi.)

In Germania, il Partito Pirata – ultimo arrivato sulla scena politica tedesca,

con una piattaforma imperniata sull'internet-centrismo – è stato severamente criticato dagli altri partiti per aver dichiarato di voler rendere pubbliche le discussioni tenute all'interno del Consiglio degli anziani, un'alta istituzione incaricata di gestire gli affari interni del Bundestag. ²² Ciò sarebbe sicuramente nell'interesse della trasparenza – in quanto valore intrinseco – ma che influenza avrebbe sulla qualità delle deliberazioni del Consiglio? I casi di altre istituzioni non corroborano la posizione del Partito Pirata. Nel 1993 il Federal Open Market Committee (FOMC), un organismo del Federal Reserve System che ha la responsabilità primaria di determinare la politica monetaria degli Stati Uniti, cedette alle pressioni del Congresso e cominciò a diffondere i verbali delle discussioni che precedevano le proprie votazioni (fino a quel momento, il FOMC aveva diramato solo il resoconto dei voti dei singoli membri del comitato e un conciso riassunto delle sedute). Una vittoria della trasparenza? Può darsi, ma le nuove prescrizioni potrebbero aver significativamente influenzato la qualità del dibattito. Uno studio del 2008 ha confrontato il livello di dissenso registrato prima e dopo l'adozione delle nuove misure pro trasparenza e ha scoperto che «i funzionari della Federal Reserve sembrano aver reagito alla decisione di pubblicare i verbali delle riunioni limitando il proprio disaccordo» nei confronti di alcune proposte del presidente. ²³

Ciò può forse spiegarsi con il fatto che i membri del comitato cercavano di prevedere quale sarebbe stato l'impatto delle rispettive deliberazioni sulla loro carriera e sulla loro immagine, per poi orientarsi di conseguenza, pregiudicando così l'onestà del dibattito. I critici del Federal Reserve System sanno benissimo che la trasparenza può essere una continuazione della politica con altri mezzi e avere perciò effetti paralizzanti sul funzionamento della Fed. Non stupisce, quindi, che i più accesi avversari della Fed – si pensi a Ron Paul – continuino a chiedere sempre più controlli sulle decisioni prese da questo organismo, nonostante la Fed abbia chiarito che ciò la costringerà a dedicare più tempo alla difesa dagli attacchi politici che alle decisioni di politica economica.

Recenti ricerche nel campo delle scienze cognitive e della psicologia mostrano che le preoccupazioni legate alla responsabilità e alla trasparenza incidono notevolmente sui nostri processi decisionali. Come cambia la qualità delle nostre decisioni se sappiamo che dovremo risponderne pubblicamente? In uno studio del 1999, Jennifer Lerner e Philip Tetlock hanno scoperto che chi deve prendere una decisione, se non conosce le opinioni di chi la verificherà in seconda istanza, tenderà a compiere un'«autocritica preventiva» e un esame di coscienza, il che avrebbe con tutta probabilità un effetto positivo. ²⁴ Se invece gli orientamenti dell'uditorio sono noti, è probabile che nei decisori si produca uno «slittamento del punto di vista», spingendoli ad allineare le loro prese di posizione pubbliche

con ciò che l'uditorio si aspetta. Con la proliferazione dei social media e di varie tecniche di data mining per sondare l'opinione pubblica fin nelle sue più piccole componenti, non possiamo più aspettarci che i politici e altri decisori non cerchino di conformarsi alla propria interpretazione della vox populi.

Altre ricerche di psicologia hanno rilevato che, dopo aver assunto pubblicamente una certa posizione, si è meno disposti a cambiare idea con successive decisioni, perché si vuole apparire come persone coerenti nelle loro scelte. ²⁵ James Madison diede voce a queste preoccupazioni nelle discussioni svoltesi all'Assemblea costituente americana nel 1787, scrivendo che «se i membri si fossero impegnati pubblicamente sin dall'inizio, avrebbero probabilmente ritenuto, in seguito, di dover mantenere ferma la loro posizione, mentre in una discussione segreta nessuno si è sentito obbligato a conservare la propria opinione se insoddisfatto della sua adeguatezza e verità, e tutti si sono tenuti aperti alla forza delle argomentazioni altrui». ²⁶ In altre parole, la ricerca della trasparenza comporta dei costi, e talvolta questi costi possono essere più rilevanti dei benefici attesi, e spesso non c'è nessuna ragione di sacrificare la qualità della decisione in nome di una sua maggiore trasparenza.

Anche il rapporto fra trasparenza e fiducia è estremamente complicato. La filosofa Onora O'Neill si è dimostrata osservatrice particolarmente acuta dei vari modi in cui le iniziative finalizzate alla trasparenza possono erodere – anziché rafforzare – la fiducia. Secondo O'Neill, alimentare la fiducia è una finalità sociale molto più importante che garantire la trasparenza, e se quest'ultima rischia di minare la prima, forse dovremmo frenare il nostro entusiasmo su ciò che il mondo delle reti e dei database può offrirci. O'Neill scrive che «l'aumento della trasparenza può dar luogo a un diluvio di informazioni disordinate e di disinformazione che produce quasi soltanto confusione, se non viene vagliato e arginato. Può accrescere l'incertezza invece della fiducia. ... La trasparenza può spingere la gente a essere meno sincera, moltiplicando gli inganni e riducendo le ragioni per avere fiducia; se una persona sa che tutto quanto dirà o scriverà verrà reso pubblico, potrebbe essere tentata di alterare la verità». ²⁷

È qui che la distinzione fra valore intrinseco e valore strumentale della trasparenza assume particolare importanza. Quando tentiamo di accrescere o ridurre la trasparenza in alcuni ambiti della nostra vita pubblica o privata, non dobbiamo attribuire alla trasparenza (o, rispettivamente, all'opacità) un valore in sé, ma considerare se la trasparenza promuove o pregiudica un bene superiore. Il fatto che le tecnologie digitali possano rendere più facile sottoporre a un esame esterno sempre nuovi elementi della nostra vita non è un argomento valido per invocare più trasparenza. L'attenzione per il bene di una «rete» immaginaria, tanto cara agli internet-centristi, non dovrebbe essere anteposta, per esempio, al

progetto di alimentare la fiducia.

Pensarla altrimenti equivarrebbe a permettere che talune oscure preoccupazioni sulla salute dei nostri mezzi decidano i fini che dobbiamo perseguire. I soluzionisti, come forse ricorderete, assumono i problemi come presupposti anziché indagarli: armati dell'idea di «Internet», affrontano problemi molto particolari in modo particolarmente internet-centrico. «Internet» può accrescere la trasparenza? Bene, allora vuol dire che la trasparenza è importante e merita di essere perseguita in quanto tale. Ciò potrebbe funzionare a meraviglia come strategia per legittimare «Internet» e consolidarne la reputazione di medium promotore di trasparenza, ma non funziona necessariamente come prescrizione per una riforma intelligente, che richiede invece un'approfondita indagine empirica nel mondo della politica.

Una tale indagine rivelerebbe probabilmente che i cittadini – i cittadini in carne e ossa, che vivono e respirano, non gli automi immaginari della teoria della scelta razionale – non sempre desiderano maggiore trasparenza in politica o hanno la necessaria apertura mentale per approfittarne. Come mostrano John Hibbing e Elizabeth Theiss-Morse in *Stealth Democracy: Americans' Beliefs about How Government Should Work*, ²⁸ uno studio fondamentale sulle reali convinzioni e aspirazioni degli americani – molto diverse da quelle che vengono loro attribuite dai politologi – su come dovrebbe funzionare la democrazia nel loro paese, la maggior parte dei cittadini non desidera occuparsi personalmente delle decisioni politiche né di fornire input a chi deve occuparsene e neanche conoscere i particolari più minuti del processo decisionale. Gli americani vogliono, piuttosto, quella che gli autori chiamano «stealth democracy», in cui cioè le procedure democratiche (proprio come gli aerei «stealth», tipo i bombardieri B-2) esistono ma risultano perlopiù invisibili all'opinione pubblica.

È una tesi affascinante, ma a noi, qui, interessa soprattutto la sua applicazione al tema della trasparenza. Hibbing e Theiss-Morse avvertono che l'esposizione delle procedure amministrative all'occhio dei cittadini difficilmente avrà l'effetto di migliorare il loro rapporto con la politica, anche perché non è detto che la politica sia qualcosa a cui sono particolarmente interessati. Pertanto, sostengono gli autori, «non dovremmo cercare nuovi modi per esibire alla gente ogni più piccolo particolare del processo decisionale come soluzioni per migliorare l'opinione negativa che la gente ha della politica. La gente non ha bisogno né voglia di saziarsi sul piano della politica». ²⁹

In certi casi, questa sazietà può essere persino di ostacolo alla politica. Hibbing e Theiss-Morse confrontano la pratica della verifica del quorum, che rientra per tradizione tra i dati di pubblico dominio, con il calcolo delle percentuali di presenza che periodici come «Congressional Quarterly» hanno

ultimamente iniziato a pubblicare.

Ora che i dati sono pubblici, un politico con una percentuale di presenze poco brillante finirà probabilmente negli spot elettorali degli avversari alle elezioni successive. Tuttavia, come evidenziano Hibbing e Theiss-Morse, «la differenza tra un tasso di presenze del 100 per cento e uno del 95 è sempre dato da una manciata di chiamate nominali insignificanti». ³⁰ All'improvviso, i politici non possono più stabilire da sé come equilibrare i loro doveri, e la politica in generale ne soffre. Insomma, scrivono gli autori di *Stealth Democracy*, «i rappresentanti eletti farebbero sicuramente qualcosa di molto più utile al bene generale se rimanessero nei loro uffici o nelle sedi dei comitati per incontrare gli elettori, studiare o discutere questioni con i colleghi. Invece, la pressione della pubblicità dei dati li costringe a partecipare a tutte le votazioni su qualsiasi non-problema, per quanto scontato sia il loro esito». ³¹

Questa è una rappresentazione adeguata di come i meriti del «soluzionismo» della trasparenza – che si fondi su database e visualizzazione all'avanguardia oppure su carta e penna – non possano essere valutati prescindendo dalla natura, dal *tempo* * e dalle condizioni del campo a cui viene applicato come rimedio. La stessa soluzione della trasparenza può avere effetti assai diversi sugli elettori a seconda che la pubblicità negativa sia consentita oppure no. I tifosi della trasparenza, che non sono pochi negli ambienti geek, commetterebbero un errore se sottovalutassero le sottili differenze e gli elementi di indeterminazione che la politica introduce nei loro magnifici e astratti piani per il miglioramento del mondo.

Non è però solo la politica a soffrire se alla trasparenza viene assegnato un valore assoluto e intrinseco, anziché strumentale: molte altre istituzioni hanno sofferto di pressioni analoghe. Michael Power, nel suo classico studio sull'emergere della «società dei controlli», sottolinea due conseguenze inquietanti insite nell'attività di controllo – non solo nell'ambito delle aziende ma anche in quello delle istituzioni pubbliche – che finiranno probabilmente per accompagnare la ricerca di una maggiore trasparenza. ³² La prima, chiamata da Power «decoupling» (scollegamento), può essere iscritta nella categoria della «perversità» all'interno della triade «perversità - futilità - messa a repentaglio» proposta da Albert Hirschman. Si pensi ai politici o ai dirigenti d'azienda che, di fronte a una crescente richiesta di documentare tutto quanto dicono, si ritirano nei confini della loro privacy e decidono di comunicare solo a voce, per evitare di mettere alcunché per iscritto. Si può affermare, in questo caso, che una richiesta di maggiore trasparenza finisce per ridurla. Oppure scelgono la via opposta e offrono una risposta nota come «snowing» (nevicata), che consiste nel generare una marea di dati di scarsissima qualità, tale da impedire l'effettiva

comprensione di quel che realmente accade. In questo modo, la performance concreta risulta scollegata rispetto alla prestazione fittizia registrata dai controlli e dai piani mirati alla trasparenza. Questi potrebbero darci l'illusione di un accesso diretto («doppio click»), oggettivo e non problematico alla «verità», mentre in realtà introducono spesso incentivi ad aggirare la trasparenza. Questa conclusione è tutt'altro che una novità: già Jean-Jacques Rousseau, nel suo *Discorso sull'economia politica* (1755), già lamentava che «i libri e tutti i conti degli amministratori servono più a nascondere che a svelare i loro imbrogli; e la prudenza non è mai in grado di escogitare prontamente precauzioni che i mascalzoni non sappiano eludere». ³³

Power, si diceva, individua un secondo effetto indesiderato della trasparenza, detto «colonizzazione», che rientra alla perfezione nella categoria della «messa a repentaglio» della triade hirschmaniana, per cui la volontà di migliorare, se perseguita ciecamente, finisce per erodere altri importanti valori: l'obiettivo di puntare al 100 per cento di presenze alle votazioni, ora che le relative statistiche sono osservate con tanta attenzione da giornalisti e avversari politici, è esemplare al riguardo. Chiunque abbia seguito il noto serial *The Wire* conosce gli effetti della «colonizzazione» sulle organizzazioni: le forze di polizia si mettono ad arrestare gli innocenti per migliorare le statistiche e accrescere le probabilità di rielezione del sindaco in carica, mentre le scuole concentrano tutto il loro impegno sul miglioramento dei risultati dei test, anche se così facendo i bambini finiscono per imparare molto meno. Certo, la dilagante passione dell'opinione pubblica per la standardizzazione e la quantificazione è responsabile almeno nella stessa misura – non possiamo ascrivere le tendenze in atto alla sola trasparenza – ma la ricerca della trasparenza come fine in sé, con poco o nessun riguardo per la specificità del campo a cui si applica, crea le condizioni ideali per la proliferazione di questi problemi. E non importa se tale trasparenza è prodotta da controllori professionali o da dilettanti dotati di connessione Internet.

I pericoli del riduzionismo informativo

La società dei controlli è uscito nel 1999, ma si direbbe che da allora la tendenza verso il controllo non abbia fatto che aggravarsi. Il problema è che ora, con tecnologie digitali capaci di raccogliere e immagazzinare dati a costi irrisori, potrebbe risultare allettante saltare a piè pari la complessa analisi filosofica ed empirica che è fondamentale per verificare i fini a cui la trasparenza o l'opacità concorrono in un dato contesto. Sarebbe però scorretto attribuire tutte le colpe alle trasformazioni in atto nel nuovo ambiente tecnologico, perché – come già

rilevato – è facile immaginare modi diversi di costruire questo ambiente tecnologico, senza genuflettersi automaticamente agli dei della trasparenza e alla «Rete». Dovremo quindi spiegare anche le mentalità e le idee che sostengono questo ambiente tecnologico e gli consentono persino di espandersi ulteriormente, presentando al contempo questi sviluppi come inevitabili, permanenti e naturali.

L'internet-centrismo e il soluzionismo traggono linfa dalle tendenze illuministiche che celebrano il potere liberatorio dell'informazione. Si presume che avere più informazione sia meglio che averne meno, e che sia sempre preferibile avere più modi per analizzare la stessa informazione, e non meno. La studiosa di diritto Julie Cohen, a proposito di questo insieme di posizioni, parla di «imperativo dell'elaborazione di informazioni», che secondo lei crea una mentalità che equipara la raccolta di informazioni a «una traiettoria univoca e inevitabilmente orientata al progresso». ³⁴

Le aziende tecnologiche hanno capito da molto tempo che il nostro pregiudizio illuministico pro informazione gioca a loro favore. È una delle ragioni per cui vengono percepite come qualcosa di assai più nobile delle altre imprese americane. A differenza di ExxonMobil o di McDonald's, Google è nel business dell'illuminismo, e ciò le garantisce di per sé un trattamento diverso. Anche Google lo sa: di qui la sua missione di «organizzare l'informazione mondiale e renderla universalmente accessibile e fruibile». ³⁵ Questa missione mostra di non avere coscienza del fatto che forse converrebbe non organizzare né «rendere fruibili» certe informazioni, anche qualora siano già di dominio pubblico. Le questioni etiche – per esempio, se sia giusto o sbagliato organizzare le informazioni e facilitarne la fruibilità – non vengono mai poste. Google si pone solo questioni di efficienza, perché presume – a ragione, visto il nostro pregiudizio pro illuminismo – che pochi possano avere da ridire sulle sue finalità.

Nel suo ultimo libro, il compianto Tony Judt parla del preoccupante «slittamento del discorso verso l'economia» ³⁶ impostosi nel dibattito pubblico verso la fine degli anni Settanta. «Gli intellettuali non si chiedono se una cosa sia giusta o sbagliata, ma se una politica sia efficace o inefficace. Non si chiedono se un provvedimento sia buono o cattivo, ma se migliori o no la produttività» lamentava Judt, ³⁷ e aggiungeva: «Il motivo non è necessariamente il disinteresse per la società, ma il fatto che hanno finito per supporre, perlopiù acriticamente, che il fine della politica sia generare risorse». ³⁸ Judt non aveva in mente la Silicon Valley, ma che quest'ultima assegni la priorità all'efficienza anziché alle questioni morali è una cosa difficile da negare. Nel caso della Silicon Valley, a essere generate, in luogo delle risorse astratte della teoria economica, sono le

informazioni (di certo non sorprenderà che Google abbia un economista capo nel proprio staff). Finché le informazioni vengono prodotte ed elaborate in modo efficiente, si crede che l'eredità dell'illuminismo sia in buone mani.

Per quanto riguarda la Silicon Valley, con il suo tentativo di organizzare l'informazione mondiale (Google non è che uno degli imputati, qui), il problema è che tende a cadere nei peggiori eccessi del «riduzionismo informativo», ossia quella tendenza a considerare tutto il sapere attraverso il prisma dell'informazione che il sociologo Haridimos Tsoukas critica in quanto essa postula che «un insieme di indicatori» può «adeguatamente descrivere, rappresentare, un dato fenomeno». ³⁹ L'opera di organizzazione del sapere mondiale non può procedere senza fare almeno un po' di violenza al sapere che si propone di organizzare: rendere «leggibile» il sapere, per citare James Scott, è complicato, sia che lo faccia un governo totalitario o una start-up della Silicon Valley.

Secondo Tsoukas, il riduzionismo informativo prospera ogniqualvolta gli umani cominciano a considerare le idee alla stregua di oggetti autonomi che possono essere scambiati tra mittente e ricevente nella loro forma originale, senza che il canale di comunicazione o i nodi che fungono da mittente e ricevente possano introdurre la minima distorsione. È il doppio click definitivo: le idee sono viste come cose totalmente indipendenti non solo dalle infrastrutture che le trasportano, bensì anche le une dalle altre. È una visione molto naïf del modo in cui gli umani e le istituzioni comunicano: dopo aver goduto di una certa popolarità tra i teorici della cibernetica, essa è rimasta a lungo dimenticata, ma sta avendo oggi una sorta di rinascita intellettuale grazie alle tesi epocaliste degli internet-centristi.

Lo studioso di diritto Mark Fenster ha affermato che «nella sua essenza ... la teoria della trasparenza assume la forma di un classico e lineare modello di comunicazione che prevede un semplice processo di trasmissione dell'informazione da una fonte a un pubblico prefissato per mezzo di un messaggio». ⁴⁰ Questa piatta e unidimensionale interpretazione cibernetica della comunicazione impedisce ai fanatici della trasparenza di vedere, per citare Fenster, «la dilagante e spesso incoerente burocrazia del governo moderno; la natura sfuggente dell'«informazione»; le elusive e insoddisfacenti capacità del pubblico; e, in definitiva, le difficoltà del processo comunicativo in quanto tale». ⁴¹ In realtà, purtroppo, le informazioni svelate dalle varie inquisizioni della trasparenza raramente esistono nello stato oggettivo e puro teorizzato dai riduzionisti dell'informazione. Di conseguenza, afferma Fenster, «il “messaggio”, qualunque esso sia, che è racchiuso nelle comunicazioni del governo, viene prodotto ed esiste all'interno di una cornice politica e normativa

che ne plasma la creazione e circola soltanto all'interno di un ambiente mediato che lo rimodella nell'atto di renderlo disponibile». ⁴² Il processo comunicativo perfetto e senza pecche ipotizzato dai cibernetici semplicemente non esiste.

Un'altra fallacia critica su cui si regge il riduzionismo informativo è la convinzione che ogni elemento di informazione può venire alla luce da sé, in modo pienamente autonomo e indipendente, senza richiedere atti interpretativi umani. Come ebbe a dire una volta il linguista George Lakoff, l'informazione presuppone un soggetto con un movente. ⁴³ Il fatto che gli americani, in media, passino due anni della loro vita alle prese con la sete potrebbe essere una descrizione accurata della realtà (non lo è), ma diventa informazione solo quando qualcuno – la Coca-Cola, magari – si mette a cercarla attivamente. Come fa notare Tsoukas, «ridurre qualcosa allo stato di presunta informazione oggettiva e poi trattare questa informazione come se fosse una descrizione adeguata del fenomeno in esame equivale a occultare il movente sotteso all'informazione, movente che non è reso esplicito dall'informazione in quanto tale». ⁴⁴

In parole più semplici, tutti i tentativi di misurare e descrivere, per esempio, l'«apertura» di un governo partono già da un modello elementare, benché implicito e invisibile, di ciò che è un governo e di che cosa dovrebbe fare. Per comprendere appieno se la promozione della trasparenza governativa in un particolare contesto meriti di essere perseguita, dobbiamo rendere espliciti questi modelli, ossia gli assunti teorici impliciti su ciò che può e deve essere misurato.

Dovremmo resistere alla tentazione di considerare questi modelli come surrogati naturali e oggettivi dei fenomeni che si propongono di misurare o esporre. Come mostrano recenti studi di antropologia e sociologia, solo eliminando la natura intrinsecamente instabile, soggettiva e controversa di ciò che vogliamo esporre possiamo ridurlo a informazione manipolabile, ottimizzabile e migliorabile. Questa tentazione diventerà sempre più forte nella misura in cui i social network, i motori di ricerca e la telefonia mobile consentiranno di generare o raccogliere un sempre maggior numero di informazioni. Il riduzionismo, di per sé, non è un male e può persino risultare intellettualmente liberatorio, purché si trovi un modo di avere sempre ben chiaro ciò che stiamo riducendo e quali parti della realtà vengono sfrondate per mettere a fuoco un particolare indicatore o modello della politica.

L'apertura e i suoi messia

Forse, alcuni dei più grossi problemi del riduzionismo informativo potrebbero essere evitati se solo il vocabolario soluzionista della trasparenza non

traboccasse di termini ambigui. Gli appelli alla «trasparenza» cessano di apparire problematici non appena i soluzionisti si mettono a parlare di «apertura». È un peccato che la nostra tradizione culturale e intellettuale ci induca a vedere questi concetti come qualcosa che meriti di essere perseguito in quanto tale. Sul modo in cui l'«apertura» contribuirebbe al progresso e al successo, i soluzionisti – soprattutto quelli di osservanza geek – sviluppano e consumano regolarmente una serie di miti che finiscono solo per accrescere la confusione.

Sarebbe facile cadere nella tentazione di ricondurre le origini di questo feticismo dell'apertura alle comunità promotrici del software open-source. Invece, secondo Chris Kelty, antropologo dell'UCLA che studia le culture geek, neppure in questi ambienti c'è accordo sul valore dell'apertura: se sia, cioè, un bene da perseguire in sé e per sé, o soltanto un mezzo per conquistare qualche fine superiore. Come sottolinea Kelty, «l'apertura tende all'offuscamento. Tutti si professano aperti, tutti hanno qualcosa da condividere, tutti sono d'accordo sul fatto che l'apertura sia la cosa più ovvia da praticare – del resto, l'apertura è insita nel concetto di “open-source” –, eppure, nonostante la sua ovvietà, questo carattere di “apertura” è forse l'aspetto più complesso del Free Software». ⁴⁵ Insomma, come abbiamo già rilevato a proposito della retorica della trasparenza, non è mai ben chiaro se questa apertura sia un mezzo o un fine. ⁴⁶

Dunque, osserva Kelty, non esiste unanimità nelle comunità geek sulla questione dei pregi dell'apertura. «L'apertura è un bene in sé o è piuttosto un mezzo per conseguire qualcos'altro? E in quest'ultimo caso, di che cosa si tratta? Chi vuole l'apertura e per quale scopo? L'apertura è un fine o è un mezzo con cui si cerca di conseguire un altro fine (per esempio, l'“interoperabilità” o l'“integrazione”)? E che tipo di finalità sono, queste? E chi le decide? Le finalità delle aziende sono diverse o incompatibili rispetto alle finalità dei ricercatori universitari o dei funzionari del governo?» ⁴⁷ Insomma, se bisogna credere a Kelty, la comunità che più di tutte ha fatto per introdurre nel dibattito sulla tecnologia il rispetto per l'«apertura» è essa stessa in disaccordo sui pregi e i significati da attribuirle.

I nostri dibattiti sul tema di Internet, per contro, tendono a essere dominati da una specie di fondamentalismo dell'apertura, dove l'«apertura» è vista come una soluzione praticamente priva di controindicazioni per qualsiasi problema. Invece di discutere di come l'apertura possa favorire o danneggiare l'innovazione, promuovere o degradare la giustizia, facilitare o complicare le decisioni – il genere di dibattiti sugli usi dell'apertura che sarebbe probabilmente giusto fare, nel mondo caotico in cui ci troviamo a vivere – l'«apertura» nelle reti e nei sistemi tecnologici viene considerata sempre e comunque un bene, mentre il suo opposto (ed è significativo il fatto che non riusciamo neanche a definirlo

esattamente) è sempre un male.

Questa tendenza manichea a inquadrare ogni questione tecnologica come un contrasto fra apertura e chiusura porta a una celebrazione quasi religiosa delle imprese che abbracciano l'apertura per ragioni tattiche e la sfruttano a proprio vantaggio. La tattica è, anche in questo caso, molto simile a quella adottata da Elizabeth Eisenstein quando attribuiva caratteri quali la fissità alla «cultura della stampa». L'apertura è considerata valore connaturato a «Internet», e tutte le volte che si riesce ad ascriverla alle azioni di qualche «ambasciatore di Internet» – i Google e i Facebook di tutto il mondo – viene invocata per spiegarne il successo. Dopodiché, questo successo viene invocato per dimostrare che l'«apertura» è davvero un valore di «Internet». Ecco perché i nostri teorici di «Internet» non sbagliano mai.

Si consideri il caso di Tim Wu, che celebra Google ⁴⁸ – impresa ultra-aperta, a suo parere – come se fosse una creatura divina. In *The Master Switch*, Wu scrive che la nascita di Google fu «frutto di audacia» ⁴⁹ e che le sue idee sono «vagamente messianiche». ⁵⁰ I suoi fondatori – come Gesù, per caso? – «si considerano rivali dell'ordine esistente, degli assunti più elementari sul modo più giusto di organizzare le informazioni, sulla natura della proprietà, sui doveri delle aziende americane e persino sul senso della vita». ⁵¹ Google rappresenta nientemeno che «l'utopia dell'apertura», ⁵² che mira a «piantare saldamente la bandiera dell'apertura nel cuore del territorio telefonico» ⁵³ e non si azzarda «a contrastare o a sottomettere la struttura essenziale di Internet» ⁵⁴ (si badi: la resistenza è inutile; la rete, con la sua «struttura essenziale» e la sua «architettura», non andrà via). È «la più grande impresa votata all'apertura», ⁵⁵ il leader del «movimento per l'apertura» ⁵⁶ e «l'incarnazione del vangelo internettiano dell'apertura». ⁵⁷ Google, per Wu, è tra gli «apostoli dell'apertura», ⁵⁸ sul fronte opposto rispetto a gente come Steve Jobs, che è l'«apostolo della perfettibilità»; ⁵⁹ di Reed Hundt, l'ex presidente della FCC, che è l'«apostolo della competizione»; ⁶⁰ e di Gerald Levin, l'ex amministratore delegato di Time Warner, che è «un apostolo per eccellenza del modello del controllo». ⁶¹

Vangelo, messia, apostolo, incarnazione: Wu scrive come se avesse avuto una specie di risveglio spirituale in occasione di una visita al tempio di Google nella città santa di Mountain View. Stranamente, non dice mai che lui stesso è stato consulente (non retribuito) di Google e ha contribuito notevolmente a plasmarne in origine le strategie, ebbene sì, sull'«apertura». (Nel 2007 Chris Sacca, allora a capo delle iniziative speciali di Google, ha dichiarato a «Businessweek»: «Tim ci ha aiutato a catalizzare una strategia ... È una forza unica in questo campo. Questo non è che l'inizio di quello che riuscirà a realizzare».) ⁶² Sulla base di

queste rivelazioni, è difficile a volte capire se Wu stia elogiando il genio di Google o il proprio.

L'effervescente analisi di Wu descrive la predilezione di Google per l'apertura come qualcosa di naturale e di inevitabile; i suoi dirigenti hanno semplicemente visto la struttura della rete e non hanno saputo resistere. Si ritorna così daccapo al dibattito sull'invenzione della stampa, con l'«apertura» di Google a fare da effetto collaterale della «struttura essenziale di Internet», così come la fissità, nella ricostruzione di Elizabeth Eisenstein, non era che una manifestazione di una qualche qualità eterna della stampa. Che Google possa aver svolto un ruolo nella formazione o nel mantenimento di questa struttura di «Internet», e nel presentarla come «essenziale» e non «contingente», il fatto che possa aver investito molto nel marketing e nei think tank per poter figurare come l'«evangelista dell'apertura», che si sia circondato di un esercito di evangelisti dell'«apertura», non sono problemi che rientrino nell'analisi di Wu (del resto, lui stesso è uno degli evangelisti in questione).

Si confrontino i proclami messianici di Wu con un genere molto diverso di analisi empirica, che non fa supposizioni a priori sullo status divino di Google nel pantheon delle divinità dell'apertura, ma cerca invece di spiegare quali sono le conseguenze di questo status per Google e come sia stato conseguito. Kimberley Spreeuwenberg e Thomas Poell, due docenti universitari olandesi, hanno condotto uno studio approfondito su come Google ha creato, gestito e collocato il lavoro svolto all'interno della Open Handset Alliance, un consorzio di ottantaquattro imprese che producono software e hardware per la piattaforma Android di Google. I dirigenti di Google non perdono occasione per vantarsi di come il loro approccio alle piattaforme mobili, a differenza di quello di Apple, sia improntato all'«apertura».

Come spiegano i due studiosi olandesi, però, il termine «open» nel nome Open Handset Alliance potrebbe risultare ingannevole, perché «è da dimostrare che Android, alla luce degli ideali dell'open-source, possa davvero presentarsi come “progetto open-source”». ⁶³ Infatti, fanno notare, «sebbene Android sia stato ufficialmente presentato come un progetto per impedire a “qualsiasi impresa del settore di limitare o controllare le innovazioni altrui”, all'interno dell'ecologia Android Google ha chiaramente il controllo sugli altri attori coinvolti». ⁶⁴

Questo controllo viene assunto attraverso capziosi brevetti sul software e particolari restrizioni tecnologiche su come il software e l'hardware devono essere progettati, il tutto infiocchettato con lo stantio linguaggio della «compatibilità». Inoltre, la divulgazione di certe comunicazioni interne tra Google e una delle società di hardware che fa parte della Open Handset Alliance

ha dimostrato che Google può esercitare il controllo sui propri partner in un ecosistema nominalmente «aperto» facendo uso di sanzioni e incentivi, per esempio consentendo ai partner diligenti di approfittare di certe caratteristiche prima dei concorrenti o minacciando di bloccarne altre per quei partner che non si comportano bene.

Analogamente, poiché l'interesse di Google a espandersi nel campo della telefonia mobile è in parte alimentato dal suo desiderio di rimanere protagonista nel settore della pubblicità, la società non ha alcun interesse strategico a seguire fino in fondo le regole del gioco «open-source». Sceglie, quindi, le regole che vuole seguire sulla base della sua strategia d'impresa (in particolare, non consentirà agli sviluppatori indipendenti di scrivere codici per il sistema operativo in sé, perché ciò potrebbe indebolire il controllo di Google sullo sviluppo e, indirettamente, il vantaggio dato dalla raccolta dei dati sugli utenti, rendendo più difficile il raggiungimento dei suoi obiettivi pubblicitari).

Non è certo un fatto inatteso, ma invece di celebrare quel che Google fa per l'apertura, è più importante indagare su ciò che l'apertura fa per Google. Come ha segnalato un acuto osservatore di Google, «l'“apertura” e la “connessione” non sono tanto i principi su cui si fonda, quanto piuttosto i prodotti che vende». ⁶⁵ Perché esiste questo mercato per l'apertura e la connessione? In che modo entra in relazione con gli altri principi fondamentali dell'internet-centrismo? E in che modo questo mercato viene manipolato? Tutte domande di un genere che di solito si tende a tralasciare quando il fenomeno dell'«apertura» su «Internet» viene dato per naturale e non problematico. Per usare l'orribile terminologia della teoria sociale, idee come quelle di «apertura» e di «Internet» sono costruzioni – costruzioni che si rafforzano a vicenda, oltretutto – e non cadono magicamente dal cielo. Se non si è pronti a spiegare in che modo queste costruzioni si realizzano, non solo si scriverà una pessima storia della tecnologia, ma si finirà anche per adottare politiche assai confuse che affrontano fenomeni contingenti e fluidi (e che magari meritano di essere difesi) come dati permanenti e naturali dell'ambiente.

Pertanto, sebbene gli internet-centristi presumano che Google sia «aperta» per definizione, i loro avversari – chiamiamoli gli internet-realisti – ritengono che Google si dia molto da fare per sembrare «aperta» e indagano assiduamente sul lavoro che ciò richiede. Mentre gli internet-centristi tendono a essere populistici e non empirici, gli internet-realisti partono senza tesi preconcepite sui valori dell'«apertura» e della «trasparenza» – tantomeno sull'intrinseca presenza di queste sulle reti digitali – e prestano particolare attenzione a come tali concetti intervengono e si manifestano nei dibattiti e nelle varie tecnologie. Se gli internet-centristi considerano l'«apertura» un bene in sé, gli internet-realisti

indagano sul servizio che la retorica dell'«apertura» rende ai governi e alle imprese, e viceversa.

Chi ha aggiunto «aperto» in «governo aperto»?

L'ambiguità di un termine come «apertura» spiega in parte la confusione, l'eccitazione e la delusione generate da recenti numerose campagne per la promozione del «governo aperto» e la liberazione dei «dati del governo aperto». Ovviamente, nessuno sa esattamente di che cosa trattino queste campagne: mettete cinque esperti di «governo aperto» in una stanza e ne ricaverete sei pareri diversi (e dio solo sa quanti tweet). Questa confusione non ha impedito ai governi di assicurare il loro impegno in nome di questo vago ideale. La prima direttiva emanata dal presidente Barack Obama, appena entrato in carica, fu di chiedere alle agenzie del ramo esecutivo di rendere disponibili online le informazioni in formati aperti. ⁶⁶ Nel settembre 2011 gli Stati Uniti e altri sette governi hanno addirittura sottoscritto una «Dichiarazione sul governo aperto» con cui, dopo aver rilevato che «la gente di tutto il mondo chiede ai governi una maggiore apertura», ⁶⁷ i firmatari si impegnavano a divulgare tempestivamente dati importanti in formati aperti.

La difficoltà di definire questi concetti potrebbe non risultare subito evidente, ma è immensa. Harlan Yu (Princeton University) e David Robinson (Yale University) hanno forse fornito l'analisi più brillante delle cause di questa confusione: non si capisce, infatti, se un'espressione come «dati del governo aperto» si riferisca ai dati che potrebbero rendere il governo più «aperto» – nel senso di ridurre la segretezza – o se si tratta di dati innocui che devono essere estratti da qualche archivio governativo dove sono rimasti a languire, con effetti scarsi o nulli sulle dinamiche politiche e sulla segretezza in quanto tale. ⁶⁸ «Governo aperto» significa rendere più accessibili gli orari ferroviari e la cartografia delle città? O ha a che fare con la pubblicazione di dati che potrebbero imbarazzare certi uomini politici e mettere fine alle loro carriere?

Se si tratta solo di treni e cartine, ci sono poche ragioni per entusiasarsi (o preoccuparsi) delle conseguenze politiche di questa presunta riforma. Se la questione dei dati del governo aperto si esaurisce qui, Obama avrebbe forse potuto scegliere qualcosa di più significativo, a livello simbolico, come tema della sua prima direttiva. Se, invece, la portata della riforma sul «governo aperto» è assai più ampia, allora dovremo analizzarne la logica in maniera molto più approfondita. Dopotutto, l'avvento di un «governo aperto» che si ponga l'obiettivo di fornirci gli orari ferroviari sul nostro iPhone non comporta né innesca cambiamenti sul piano della libertà politica. Per quel che ne sappiamo,

anche i nazisti, che avevano un sistema ferroviario invidiabile, sarebbero stati entusiasti all'idea di rendere universalmente accessibili i dati sui treni.

Come affermano Yu e Robinson, «un governo può fornire “dati aperti” su argomenti politicamente neutri rimanendo al contempo profondamente opaco e irresponsabile. Le città ungheresi di Budapest e Szeged, per esempio, pubblicano online gli orari dei trasporti locali, leggibili automaticamente, consentendo a Google Maps di indirizzare gli utenti nei loro spostamenti nei dintorni». ⁶⁹ Questi dati non sono già «aperti» e «governativi»? Certo che lo sono, ma non per questo l'Ungheria sarà un paese più democratico. Anzi, visto che il paese scivola sempre di più nell'autoritarismo, si potrebbe pensare che anche questo sia uno dei successi del «governo aperto».

Come abbiamo visto, si tratta di un problema frequente con l'internet-centrismo: in questo caso ridefinisce il termine «aperto» secondo i presunti valori di «Internet» e poi lo reimmette nel dibattito pubblico, in modo che solo pochi si avvedano dello slittamento di significato del termine «apertura». Naturalmente, se la Corea del Nord dovesse rendere pubblici gli orari ferroviari, nessuno la scambierebbe per una democrazia. Ma nei casi dubbi come quello dell'Ungheria c'è il rischio che i governi sfruttino questo nuovo feticismo dell'apertura digitale per cercare di sembrare più democratici, trasparenti e legittimi di quel che sono. Se la diffusione degli orari ferroviari può farti guadagnare punti sul piano del rispetto dei diritti umani e della trasparenza, dev'esserci qualcosa di profondamente sbagliato nel nostro sistema di valutazione.

Neanche i democratici riescono a resistere a queste tentazioni. Si pensi agli Stati Uniti: ⁷⁰ sotto la presidenza di Obama – epoca caratterizzata, a parole, da «un governo più aperto e trasparente» – l'amministrazione ha attivamente perseguito chiunque abbia divulgato informazioni riservate, ha esteso i programmi segreti del governo e ha persino impedito ai giornalisti di rivelare i nomi dei funzionari federali che si occupano di promuovere le opere del governo aperto!

Comunque, c'è un'altra ragione per essere cauti. La direttiva di Obama sul governo aperto includeva anche l'istituzione di Data.gov, il deposito delle informazioni più importanti raccolte dalle varie agenzie. «Importanti», al pari di «governo aperto», è un termine estremamente vago; nel caso dell'amministrazione Obama, comprendeva anche tutti quei dati che «migliorano la conoscenza che l'opinione pubblica ha del governo e delle sue iniziative» o «creano opportunità economiche». ⁷¹ In altre parole, «importante» non significa necessariamente «che crea trasparenza o responsabilità». E così, com'era prevedibile, le varie agenzie hanno inondato Data.gov di ogni genere di dati

irrilevanti – nessuno può mettere in dubbio lo zelo con cui la burocrazia americana sa produrre cartaccia –, parte dei quali, peraltro, già disponibile online. Che effetto ha avuto tutto questo sulla trasparenza?

Yu e Robinson hanno studiato dichiarazioni e manifesti della «lobby del governo aperto», l'assortito gruppo di ben intenzionati attivisti tecnologici che hanno collaborato con l'amministrazione Obama nei suoi primi sforzi in direzione del «governo aperto». Nell'elencare gli otto principi fondamentali sottesi ai dati del governo aperto – tempestività, completezza, esenzione da limitazioni commerciali, ecc. – questi attivisti si sono concentrati innanzitutto sugli aspetti tecnici del processo di divulgazione e hanno sollevato poche questioni sul piano politico. Di conseguenza, osservano Yu e Robinson, «la divulgazione per via elettronica delle dichiarazioni propagandistiche rilasciate dalla dirigenza politica della Corea del Nord ... potrebbe soddisfare tutti gli otto requisiti elencati e, tendenzialmente, potrebbe anche non apportare nulla nel senso della trasparenza o della responsabilità di quel regime notoriamente chiuso e mai tenuto a rendere conto di alcunché». ⁷²

Così com'è fondamentale comprendere quale sia l'«apertura» che conviene a Google, altrettanto fondamentale è comprendere quale «apertura» – e quale più ampia narrazione di «Internet» capace di alimentarla e legittimarla – convenga al governo che predica le virtù del «governo aperto». Come ho detto, «apertura» e «trasparenza» hanno i loro limiti e, se portate alle estreme conseguenze, possono facilmente ridurre le dinamiche democratiche a mera mistificazione. Naturalmente, a piccole dosi – soprattutto in regimi problematici, con governi soggetti a pochi controlli – l'aumento della trasparenza e dell'apertura non può certo nuocere, ma se non sottoponiamo a un esame più approfondito espressioni come «governo aperto», se non le ripuliamo dall'internet-centrismo e dai doppi significati che questo genera, rischiamo senza volerlo di lasciare che qualche governo rivendichi progressi dove non ve n'è traccia, nel momento stesso in cui blocca riforme più importanti.

Nathaniel Heller, dirigente di Global Integrity, un'organizzazione internazionale non governativa anticorruzione, nutre qualche sospetto sullo spropositato entusiasmo manifestato dal governo del Kenya per il «governo aperto». Ai burocrati, naturalmente, non tutto ciò che è «aperto» è gradito – le questioni segrete del governo, per esempio, non rientrano nel programma –, sicché optano per la divulgazione online dei database meno compromettenti. Come mostra Heller, «per un governo fa molta più scena (ed è molto meno controverso sul piano politico) concedere l'accesso online ai database sanitari pubblici ... anziché garantire una maggiore trasparenza sul finanziamento dei partiti politici». ⁷³ Finché i soluzionisti del governo aperto continueranno a

preoccuparsi tanto dei mezzi – della qualità degli standard e dei database – e non del contenuto concreto che con questi standard e database si cerca di diffondere, si registreranno ben pochi progressi.

Anche il governo di coalizione del Regno Unito ha manifestato un eccezionale entusiasmo per le promesse del «governo aperto». David Cameron e i suoi ministri hanno persino elogiato l'opera dei «controllori in poltrona», promettendo di rendere pubblici, online, molti dei dati del governo (cosa che, va loro riconosciuto, è avvenuta). ⁷⁴ Nello stesso tempo, il governo ha lanciato un attacco alle leggi sulla libertà di informazione – che, secondo Cameron, «ostruiscono le arterie del governo» ⁷⁵ – accarezzando anche l'idea di far pagare una tariffa per ogni richiesta che i cittadini presenteranno al governo. ⁷⁶ Ci sono stati anche alcuni tentativi retorici, da parte dei conservatori, di sfruttare l'aumento dei «controllori in poltrona» come pretesto per tagliare i finanziamenti ai giornalisti professionisti della BBC. ⁷⁷ Vale la pena chiedersi se le credenziali acquisite da Cameron in tema di «dati del governo aperto» lo favoriranno nell'opera di contrasto delle richieste in nome della libertà d'informazione, per il solo fatto che è già considerato un paladino dell'«apertura». Sarebbe triste se i soluzionisti in buona fede e i geek si ritrovassero esposti al fuoco incrociato.

Comunque, persino il favore riservato da Cameron ai «dati del governo aperto» nella loro versione meno problematica potrebbe avere come fine qualcosa di diverso dalla pura e semplice efficienza. Alimentando la confusione, «governo aperto» potrebbe essere un semplice eufemismo per «governo minimo». In fondo, la sua retorica si sviluppa nel solco della precedente filosofia amministrativa del «new public management», molto popolare ai tempi di Margaret Thatcher, incline a massimizzare l'efficienza delle istituzioni pubbliche trasformandole in enti a scopo di lucro rivolti alla clientela, affidando le funzioni di supervisione, controllo di qualità e revisione a entità terze, di cui i cittadini sono una parte che emerge soltanto adesso. Quando tutto può essere gestito come Wikipedia, perché curarsi del «Big Government»? È molto meglio affidarsi alla «Big Society» di Cameron, ridurre alla fame il settore pubblico e aspettare che i «controllori in poltrona» diventino efficaci come l'inchiesta Leveson. *

Rilevando le inquietanti analogie tra la retorica del «governo aperto» e quella del «new public management», la studiosa Justin Longo, esperta di governance, ipotizza che la prima possa fungere da cavallo di Troia per la seconda: nel nostro entusiasmo per l'immenso potenziale delle nuove tecnologie per la promozione dell'apertura e della trasparenza, abbiamo forse perso di vista la natura profondamente politica degli scopi a cui tali tecnologie servono. In tal modo, osserva Longo, «il sostegno a una maggiore apertura dei dati punta a formare

coalizioni di cittadini-consumatori incoraggiati all'uso dei dati aperti per denunciare decisioni dei servizi pubblici, sottolineare problemi individuati nelle prestazioni, stimolare la competizione all'interno del settore pubblico e accrescere il potere del cittadino in quanto consumatore». ⁷⁸ Purtroppo, però, se tra i geek che lavorano ai progetti di «governo aperto» negli Stati Uniti c'è qualcuno che nutre una qualche preoccupazione sugli usi politici della retorica del loro movimento, costui deve essere molto abile a nascondersi.

I piani sull'apertura dei dati nascono in un mondo lacerato da parecchie lotte politiche; non sorprenderà, quindi, che le fazioni in lotta trovino dei modi per sfruttare tali piani a proprio vantaggio. Costruire insiemi di dati e sperare che vengano usati solo a fin di «bene» non è più sufficiente. Gli insiemi di dati si inseriscono in un mondo abitato da persone in carne e ossa, che hanno molti interessi e aspirazioni in contrasto tra loro. I piani dei soluzionisti, che non sono in grado di comprendere e di intervenire su quegli interessi e aspirazioni, difficilmente sapranno mantenere le loro idilliache promesse.

Si prendano le carte che illustrano le statistiche sulla criminalità in diversi quartieri: gli entusiasti del «governo aperto» le adorano. In teoria, il loro ragionamento regge. Le carte possono contribuire a una maggiore efficienza della polizia nell'individuazione di aree problematiche, e potrebbero anche aiutare la gente a prendere decisioni più informate su dove andare a vivere. La realtà – cosa tutt'altro che sorprendente – è un po' più complicata. Se è vero che statistiche più precise sulla criminalità potrebbero aiutare qualcuno a non comprare casa in quartieri pericolosi, potrebbero anche rendere più difficile il tentativo di qualcun altro di venderla. Di conseguenza, chi già vive in quartieri pericolosi potrebbe essere addirittura indotto a non denunciare i reati. E in effetti, in una ricerca condotta nel 2011 da una compagnia di assicurazioni, l'11 per cento degli intervistati ha dichiarato di aver assistito a incidenti che poi ha deciso di non denunciare, nel timore che l'aumento delle statistiche sulla criminalità nel quartiere avrebbe significativamente ridotto il valore delle loro proprietà. ⁷⁹ David Hand, professore di matematica all'Imperial College, osserva che «la campagna per l'apertura dei dati ignora questi effetti collaterali, [ossia] che l'atto stesso di pubblicare i dati influenzerà la qualità dei dati futuri». ⁸⁰ Forse è meglio che i dati siano aperti, ma non troppo aperti.

In India, la recente digitalizzazione dei registri catastali e la loro successiva pubblicazione online, che a parole doveva essere un modo per dare più potere ai più deboli, sembrerebbe aver favorito, invece, i ricchi e i potenti. ⁸¹ Non appena i registri digitali sono stati messi a disposizione del mondo intero, alcuni intraprendenti uomini d'affari hanno scoperto che molte famiglie povere non possedevano documenti che comprovassero il loro titolo di proprietà sulla terra.

Nella maggior parte dei casi, non si è trattato di un iniquo esproprio di terre: la cultura locale – con le sue consuetudini prevalentemente orali nel trattare gli affari, la corruzione diffusa e la scarsa alfabetizzazione – spiega in parte l'assenza di registri cartacei.

In altre parole, il fatto che online non vi sia un titolo di proprietà può essere conseguenza di un lavoro di digitalizzazione mal concepito o selettivo, e non significa necessariamente che gli occupanti in carica non abbiano diritti sulla terra in questione. Ovviamente, avendo scoperto che molti coloni non erano in grado di dimostrare il loro titolo di proprietari, alcune delle famiglie più ricche hanno ingaggiato avvocati e hanno fatto di tutto per scacciare gli occupanti. A posteriori, si sarebbe potuto evitare questo esito optando per un modo diverso di registrare e accogliere le rivendicazioni sulla terra (per esempio, considerando valide vecchie fotografie di famiglia o vecchie mappe in aggiunta ai documenti ufficiali), o limitando selettivamente il diritto d'accesso ai dati a terzi che non avessero ragioni specifiche per consultarli.

Il punto, qui, come per molti progetti di governo aperto, non è che l'informazione non dovrebbe essere raccolta o distribuita, ma piuttosto che occorrerebbe raccoglierla e distribuirla nella piena consapevolezza della complessità sociale e culturale dell'ambiente istituzionale in cui si svolge la raccolta. Talvolta, la salvaguardia delle relazioni sociali che garantiscono la sopravvivenza di un dato ambiente – per esempio, la possibilità di un'iniziativa pubblica contro il crimine – può richiedere che i dati siano solo in parte trasparenti o accessibili, un po' come nel caso dell'Argentina presentato in questo capitolo. Tale compromesso non sarebbe la fine del mondo né una capitolazione dell'«apertura», e certamente neppure della democrazia, perché la democrazia prospera nel compromesso e grazie all'arte di conciliare interessi apparentemente inconciliabili. Alla tirannia dell'apertura – effetto della nostra infatuazione internet-centrica – bisogna opporre resistenza.

* In italiano nel testo.

* In seguito allo scandalo delle intercettazioni telefoniche illegali del tabloid «News of the World», di proprietà di Rupert Murdoch, nel 2011 il premier britannico David Cameron istituì una commissione d'inchiesta, guidata dall'ex giudice Brian Leveson, che portò alla chiusura del giornale.

IV

Come distruggere la politica cercando di aggiustarla

Noi non siamo uomini politici. Abbiamo fatto la rivoluzione per liberarci dagli uomini politici. Siamo un popolo sociale. Questa è una rivoluzione sociale.

FIDEL CASTRO ¹

Quello che offriamo non è un programma, bensì un sistema operativo.

MARINA WEISBAND ²

Wikipedia è solo l'inizio ... possiamo trarre lezioni dal suo successo per costruire nuovi sistemi che risolvano problemi nei campi dell'istruzione, dell'amministrazione, della sanità, delle comunità locali e in una quantità innumerevole di altri ambiti dell'esperienza umana.

STEVEN JOHNSON ³

L'internet-centrismo sarà anche un fenomeno relativamente nuovo, ma può già vantare un proprio partito politico: i Pirati. Se la loro presenza in Nordamerica è ancora marginale, i Partiti Pirata hanno già suscitato un certo clamore in Europa, riuscendo persino a mandare parecchi loro rappresentanti al Parlamento europeo. Il movimento dei Pirati è nato in Svezia e inizialmente aveva come unico obiettivo la riforma delle leggi sul diritto d'autore e sui brevetti. A poco a poco, però, il suo raggio d'azione si è ampliato fino a includere temi come l'anonimato, la privacy e la libertà d'espressione.

Tutto ciò sarebbe lodevole se i Pirati non avessero raccolto queste tematiche sotto la bandiera quanto mai amorfa della «libertà di Internet», che prende un termine estremamente ambiguo – «Internet» – e lo unisce a un altro termine di difficile definizione come «libertà». La «libertà di Internet» è diventata un luogo comune, altamente emotivo ma totalmente privo di senso, che ciarlatani di ogni estrazione politica hanno cominciato a sfruttare per i propri rispettivi interessi.

Resta ancora un qualche vigore analitico nell'idea della «libertà di Internet» quando Kim Dotcom, il noto milionario fondatore del sito di file sharing

Megaupload, ne è diventato uno dei principali paladini, dispiegando strategicamente la retorica della «libertà» e dell'«innovazione» per distogliere l'attenzione dal ruolo del suo sito nel facilitare violazioni su vasta scala del diritto d'autore? ⁴ L'affermazione secondo cui contrastare Megaupload equivale ad attaccare la «libertà di Internet» ha senso quanto dire che contrastare i ladri di libri equivale ad attaccare la «libertà letteraria». Oggi, il principio della «libertà di Internet» motiva i cyberattacchi lanciati dagli attivisti di Anonymous e garantisce un'ottima copertura sui media per i loro eroi, tra i quali il summenzionato Dotcom.

È molto probabile che le leggi vigenti sul diritto d'autore siano ingiuste e inadeguate, ma questa tesi andrebbe dimostrata empiricamente, e non assunta come un postulato sulla base della loro presunta incompatibilità con lo spirito di «Internet». La ragione per cui la riforma del diritto d'autore e la protezione dell'anonimato sono importanti è semplicissima: regolate da una legislazione intelligente, offrirebbero molte nuove occasioni di prosperità al genere umano. È la prosperità umana – non quella di «Internet» – ciò che dovrebbe preoccupare i Pirati.

Sì, le tecnologie digitali minacciano e, al contempo, promuovono questa prosperità umana, ed è importante che nuove voci, più giovani e competenti, si facciano sentire per migliorare le decisioni politiche sul loro futuro, ma i Pirati sono sulla strada sbagliata con il loro obiettivo di difendere la «libertà di Internet». A parte l'ambiguità del termine, il suo valore sarà sempre strumentale, non intrinseco: noi apprezziamo la «libertà di Internet» perché, in molti casi, può favorire la «libertà umana». A volte invece – ed è il caso di siti come Eightmaps.com – non la favorisce, e allora non ci sarà nulla di patologico o di regressivo nel porvi dei limiti.

Se l'internet-centrismo ha definito la gamma dei problemi di cui i Pirati si occupano, il soluzionismo ha notevolmente influenzato il loro modo di risolverli. I Pirati non si limitano a cercare di difendere «Internet», ma si danno da fare affinché il loro partito ne imiti la mitizzata «architettura», come se «Internet» fosse un modello di organizzazione del lavoro per un partito del XXI secolo. In Germania questi sforzi hanno raggiunto uno stadio molto avanzato: i Pirati tedeschi impiegano una grande varietà di strumenti per migliorare il flusso comunicativo all'interno del partito. ⁵ Oltre a chat, wiki, mailing list, usano anche un programma di videoscrittura cooperativo chiamato PiratePad, che consente a centinaia di persone di intervenire simultaneamente sullo stesso documento. I manifesti delle loro campagne non vengono disegnati da pubblicitari professionisti, bensì dai simpatizzanti, che possono caricare i loro progetti in un wiki. E per ideare gli slogan delle campagne si usa Twitter.

I benefici che i Pirati traggono da una tale apertura non sono immediatamente chiari. «Der Spiegel», uno dei periodici più rispettati del paese, ha evidenziato il nocciolo della questione quando ha domandato se la scelta di abbracciare «Internet» non fosse dannosa per la causa del partito. «Quale altro partito diffonde in streaming dal vivo via Internet le assemblee della direzione nazionale o permette alla gente di assistere alle riunioni dei propri gruppi parlamentari? Ci sono dirigenti di altri partiti il cui numero di telefono sia reperibile con una ricerca su Google?» ⁶ Come osserva «Der Spiegel», «il costante chiacchiericcio della folla ha anche conseguenze negative, perché fa sì che il partito incontri difficoltà a essere preso sul serio come attore politico». ⁷

L'innovazione tecnologica più avanzata e discussa a disposizione dei Pirati è un sistema online chiamato LiquidFeedback, che consente al partito di comprendere più a fondo ciò che i suoi membri pensano sulle questioni all'ordine del giorno. Ecco come funziona: ogni membro può registrarsi (con la possibilità di usare uno pseudonimo) a LiquidFeedback e avanzare una proposta x. Se oltre il 10 per cento degli altri membri trova la proposta convincente, si passa alla fase successiva, in cui gli iscritti al partito possono votare a favore o contro.

Una volta che la proposta è stata inoltrata, e prima di passare alla votazione, altri membri del partito possono lanciare controproposte analoghe o dare suggerimenti per migliorare la proposta originale. La cosa interessante è che i membri del partito possono delegare il proprio voto a chi considerano più competente su un dato argomento: in tal modo, il voto di una persona riconosciuta come esperta di politiche dei trasporti potrebbe anche valere dieci. Per evitare che qualcuno di questi esperti accumuli potere e ne abusi, i voti delegati possono essere revocati dai «proprietari» originari. Le votazioni effettuate tramite LiquidFeedback non sono vincolanti, ma servono solo a informare i funzionari del partito sulle opinioni diffuse nella base. Il programma politico generale viene ancora discusso e votato al congresso del partito. LiquidFeedback mira perciò a fornire input intellettuali per il lavoro dei Pirati, mentre gli output continuano a essere prodotti con mezzi piuttosto convenzionali.

Tutto questo sembra fantastico in teoria – che modo meraviglioso per stimolare la partecipazione! – ma la realtà è molto meno rosea. In una regione tedesca, riferisce «Der Spiegel», i Pirati hanno impiegato LiquidFeedback per raccogliere le opinioni generali su due sole questioni, e nel sondaggio online sulla controversa legge sulla circoncisione sono stati espressi solo 20 voti, in un Land federale con quasi 18 milioni di abitanti. «È una democrazia di base a cui nessuno partecipa» ha sintetizzato «Der Spiegel». Altri partiti tedeschi hanno

accusato i Pirati di essersi appropriati delle loro proposte spacciandole per idee nate da «Internet». Come ha dichiarato nel giugno 2012 alla NPR Volker Beck, membro storico del Partito Verde, «la ridicola verità a proposito dei Pirati è che prendono le proposte da noi lanciate in Parlamento e le inseriscono nel loro sistema di feedback liquido per discuterne. ... Prendono i nostri contenuti e li propongono come se fossero i loro». ⁸ A parte le preoccupazioni di Beck, comunque, non è chiaro che cosa ci sia di nuovo e di rivoluzionario in LiquidFeedback. I meccanismi per registrare quello che pensa la base del partito sulle questioni di attualità sono sempre esistiti. I focus group, i sondaggi e le inchieste hanno sempre svolto all'incirca le stesse funzioni di LiquidFeedback, con una differenza: quest'ultimo è molto più «aperto», nel senso che questioni autenticamente nuove – sempre che non siano state prelevate dall'arsenale del Partito Verde – possono entrare nel programma del partito. Tutto bene, tutto perfetto, ma non si tratta di una rivoluzione nella costruzione di un partito: ben prima dei blog e dei wiki esistevano organi – dai giornali di partito alle riunioni delle cellule locali – in cui i semplici iscritti avevano tutte le opportunità per esprimere le loro opinioni.

C'è qualcosa di paurosamente utopico nel progetto dei Pirati, che trae origine dal loro presupposto secondo cui i vecchi e sperimentati modi di fare politica – dominati da gerarchie, leader, regole e burocrazie – sono semplicemente l'esito sfortunato di un'imperfetta infrastruttura comunicativa. Ora che l'infrastruttura può essere migliorata, perché non sbarazzarsi anche dei costi di questa tradizione? Se i blog, i wiki e i social network odierni consentono deliberazioni istantanee e illimitate, se ci consentono di rimpiazzare la leadership con una qualche rotazione o flessibilità di mansioni e di sbarazzarci della burocrazia nella sua interezza, perché perdere tempo con il vecchio sistema? Abbiamo qui il peggio del pensiero epocalista: il nuovo è ritenuto migliore semplicemente perché è nuovo, mentre il vecchio viene scartato perché il nuovo è facilmente a portata di mano.

L'aspetto più buffo, dunque, è il fatto che i Pirati, nonostante la perfetta infrastruttura che hanno a disposizione, rimangono disperatamente apolitici. I wiki non possono colmare una carenza di orientamento strategico, la mancanza di parole d'ordine efficaci e l'incapacità di disciplinare i trasgressori. Non sorprenderà, allora, che il sostegno per il Partito Pirata stia scemando: la sola infrastruttura non basta a produrre idee spettacolari per le riforme. In Germania, il sostegno ai Pirati è calato dal 13 per cento dell'aprile 2012 al 6 per cento dell'agosto 2012. Come ha dichiarato a «Der Spiegel» il sondaggista Klaus-Peter Schöppner, «all'inizio il fenomeno dei Pirati aveva un grande fascino, ma da qualche tempo la gente preferisce uomini forti disposti ad assumersi

responsabilità e a prendere posizione. L'idea di una massa grigia e incombente sta perdendo slancio». ⁹ Il successo della politica di partito richiede tutt'altra serie di abilità, approcci e strutture organizzative rispetto a quelli che servono per fare editing su Wikipedia; con il piccolo o minuscolo contributo di tutti si riuscirà forse a scrivere un articolo decente, ma probabilmente non basta per costruire un partito politico efficace.

Con tutta la loro enfasi sulla saggezza della gente, i Pirati non sono ancora riusciti a formulare neppure una presa di posizione significativa su questioni che non riguardino esclusivamente l'ambito digitale. I Pirati hanno poco da dire sui problemi della disuguaglianza sociale, sulla crisi europea del debito o sui futuri cambiamenti climatici, per non parlare della discriminazione di genere, un problema di cui il loro partito dominato dai maschi è l'esemplificazione vivente. Il fatto che tutti possano avanzare una proposta o una controproposta sulle questioni più banali implica anche che i Pirati passano molto tempo a esaminare problemi che potrebbero anche non essere importantissimi, soprattutto rispetto alla crisi del debito o alla guerra in Afghanistan (si pensi alla loro recente discussione sull'opportunità di abolire in Germania il registro dei cani più pericolosi). LiquidFeedback crea un'impressione di attività politica e di partecipazione generalizzata, ma è importante chiedersi verso quali fini sono orientati questo attivismo e questa partecipazione.

Certo, con il tempo, LiquidFeedback potrebbe consentire ai Pirati di capire qual è l'opinione di ciascuno dei suoi membri su ogni singola questione. Tuttavia, data la complessità della politica odierna, sembra piuttosto ingenuo aspettarsi che i cittadini comuni abbiano un'idea coerente sul da farsi per ristrutturare il debito della Grecia o regolamentare le nanotecnologie. Ovviamente, i cittadini devono essere coinvolti in deliberazioni su varie questioni, ma queste deliberazioni richiedono molto di più di una simpatica piattaforma digitale per sollecitare e raccogliere opinioni. Interventi del genere richiederanno molta più innovazione in fatto di architettura istituzionale di quanta ne serva per dare alle persone l'opportunità di postare il loro commento o suggerimento o di cliccare a favore o a sfavore di una qualche proposta.

L'ideale della rappresentanza politica, per i Pirati, sembra essere il vecchio modello della delega elaborato da James Madison, secondo cui i politici sono tenuti a seguire ciecamente i desiderata dei rispettivi elettori. Un principio alternativo, formulato da Edmund Burke, considera il rappresentante come un affidatario che, una volta eletto, compie le scelte da lui ritenute migliori per i propri elettori, anche se talvolta ciò lo porta ad andare contro le loro preferenze immediate. Nell'ultimo mezzo secolo, molti filosofi politici hanno dimostrato che entrambi questi modelli sono imperfetti e si fondano su paradossi che, come

ha spiegato la politologa Hanna Pitkin nel suo *The Concept of Representation*, non dovremmo neppure tentare di risolvere.¹⁰ I Pirati sembrano fondarsi su una concezione piuttosto antiquata e persino fondamentalista della rappresentanza. O forse la loro opzione in favore del modello della delega è semplicemente dovuta al fatto che non si sentono pronti ad assumersi responsabilità per le questioni complesse che si collocano all'esterno dell'ambito digitale, spesso l'unico su cui abbiano una qualche competenza. Se è così, però, vale la pena domandarsi se sia giusto che entrino in politica.

Mentre i Pirati cercano di modellare il proprio partito sull'idea di «Internet», è ormai diventata un'abitudine dei commentatori quella di spronare gli altri partiti a conformarsi al modello dei Pirati; questi circoli viziosi sono diventati molto comuni nel nostro mondo internet-centrico. Nel maggio 2012 il «New York Times» ha pubblicato un editoriale del giornalista tedesco Steve Kettmann, in cui si esprimeva disappunto per il fatto che Barack Obama non avesse cominciato a usare LiquidFeedback una volta entrato in carica. In fondo, si era creato un seguito immenso su Internet dopo la vittoria alle elezioni del 2008, e tutta quella gente avrebbe potuto contribuire alle sue decisioni politiche. «Se il presidente Obama avesse seguito il metodo dei Pirati,» scriveva Kettmann «non si sarebbe limitato a inviare aggiornamenti via Facebook o via Twitter, ma avrebbe coinvolto un maggior numero di sostenitori in un ampio dibattito, concedendo loro voce in capitolo nella definizione di priorità quali, per esempio, le questioni da affrontare nei primi mesi del mandato e fino a che punto cercare il compromesso con i conservatori.»¹¹

In realtà, l'amministrazione Obama ha fatto molti esperimenti in questo senso, anche se i risultati sono stati scarsissimi. Una delle domande più frequenti nella sua iniziativa Open for Questions del 2009 – grazie alla quale chiunque si collegasse online poteva proporre e votare domande da fare al presidente Obama – era legata alla legalizzazione della marijuana.¹² Un'iniziativa analoga è quella che si trova in una sezione del sito web della Casa Bianca intitolata «We the People» (Noi, il popolo), dove si possono avanzare e votare petizioni per chiedere l'intervento di Obama; se una petizione raggiunge i 25.000 voti in trenta giorni, la Casa Bianca risponde ai quesiti in oggetto. Tra le richieste più diffuse, a inizio settembre 2012 c'erano: «Chiarimento della posizione del presidente su Michael Vick ^{*}», «Invito alla TSA [Transport Security Administration] a non abolire il programma per l'impiego di cani nella ricerca di esplosivi» e «Far valere il diritto delle donne a mostrarsi in topless in luoghi pubblici dove ciò sia ammesso per gli uomini». Potranno anche essere questioni importantissime, ma è difficile capire che cosa fare di questi voti. Un tweet a sostegno di una data petizione digitato, poniamo, da Justin Bieber, che ha 30

milioni di follower, sarà più che sufficiente per garantire facilmente e alla svelta 25.000 voti alle questioni più banali. La Casa Bianca dovrebbe davvero tralasciare ogni altro impegno per rispondere a queste interrogazioni?

E che dire dell'idea secondo cui LiquidFeedback avrebbe dovuto suggerire a Obama «fino a che punto cercare il compromesso con i conservatori»? È difficile stabilire se Kettmann sia semplicemente naïf nella sua concezione del sistema politico americano o troppo entusiasta delle potenzialità di programmi come LiquidFeedback. Sapendo che il 51 per cento dei suoi sostenitori iscritti a LiquidFeedback gli consiglia di essere «conciliante» con i repubblicani, che cosa dovrebbe fare in concreto Obama? Rinunciare alla sua riforma del sistema sanitario e attendere la reazione degli iscritti a LiquidFeedback? Nel contesto americano, LiquidFeedback è una soluzione a un problema che non esiste: i due partiti fanno già ricorso a sofisticati strumenti di microtargeting per arrivare a scoprire e a fare appello alle nostre volontà e ai nostri desideri più segreti. È probabile, invece, che a noi serva proprio l'opposto: che i leader mostrino un po' di coraggio e prendano decisioni radicali, quand'anche contrastino con ciò che l'opinione pubblica desidera in un dato momento.

Il futuro perfetto, che la democrazia non è

I Pirati, nonostante la loro ingenuità e la loro fede cieca nel software, dovrebbero essere elogiati perché almeno non hanno perso del tutto la fiducia nella politica. Magari non saranno i massimi esperti mondiali in fatto di democrazia rappresentativa, ma sono pronti a dedicarsi ai rituali della politica: sono disposti a fare campagna elettorale, a farsi eleggere e a premere per l'approvazione di varie leggi. Magari non saranno politici tradizionali – i rappresentanti degli altri partiti si lamentano spesso del fatto che i Pirati arrivano in pantaloncini alle sedute degli organismi legislativi – ma a differenza, poniamo, del movimento Anonymous, i Pirati cercano di agire all'interno del sistema. Magari potranno nutrire disprezzo per alcuni partiti e i relativi eletti, ma sembra comunque che per loro i partiti e gli eletti abbiano ancora un ruolo importante da svolgere.

In questo i Pirati non sono estremisti come certi soluzionisti, che puntano a migliorare la politica sbarazzandosi dei partiti e, con essi, di complessi sistemi di rappresentanza. Ispirato in parte dal programma LiquidFeedback usato dai Pirati e in parte dal successo di Wikipedia e di svariati progetti peer-to-peer, Steven Johnson, in *Future Perfect*, celebra i benefici del passaggio a quella che lui chiama «democrazia liquida». In una democrazia tradizionale, i cittadini eleggono i propri rappresentanti che poi svolgono la funzione legislativa in nome

dei primi; in una democrazia liquida, i cittadini non devono eleggere i propri rappresentanti, ma possono semplicemente trasferire il loro voto a chiunque sia da loro considerato competente su una data questione. Pertanto, scrive Johnson, «in una democrazia liquida si può affidare il proprio voto a un amico, autorizzandolo a “spenderlo” nella maniera per lui più opportuna». ¹³

In sostanza, Johnson propone di prendere il meccanismo con cui i Pirati individuano le questioni più rilevanti per la loro comunità per farne il nucleo del nuovo sistema politico. E se il Partito Pirata dichiara di ispirarsi a «Internet», Johnson è dalla loro parte. «I votanti per procura sono come i blogger e gli aggregatori più influenti, che si sono ritagliati un nuovo spazio tra gli utenti dei media e le grandi strutture dell'informazione.» ¹⁴

Perché mai qualcuno dovrebbe essere favorevole a un simile progetto? Johnson ne spiega i numerosi vantaggi. Prima di tutto, può servire a evitare le trappole della faziosità. Osserva Johnson: «Trasferendo il vostro voto a un amico più competente voi vi emancipate dalla strettoia semplificatrice del voto di partito; il vostro votante per procura potrà anche sostenere candidati di altri partiti, se riterrà che siano più qualificati». ¹⁵ In secondo luogo, può ridurre il fardello delle informazioni per i singoli votanti, sicché «non occorrerà essere tuttologi per far pesare il proprio voto. Si può scegliere il proprio obiettivo e lasciare che siano altre persone fidate ed esperte nei vari campi a occuparsi delle altre decisioni». ¹⁶ In terzo luogo, Johnson pensa che la «democrazia liquida» creerà nuovi spazi per la partecipazione, che vanno ben al di là della cabina elettorale. Come conseguenza, rileva, «invece di scegliere un candidato a intervalli di un certo numero di anni, i cittadini comuni dispongono di una piattaforma grazie alla quale possono partecipare direttamente al processo decisionale, secondo i propri interessi e le proprie competenze». ¹⁷

Lo spirito che anima la proposta di Johnson non è nuovo. L'espressione «democrazia liquida» potrà sembrare bizzarra e attuale, ma le pratiche che descrive sono in uso da molto tempo sotto l'etichetta di «voto per procura» o «voto delegato». Lewis Carroll scrisse nel 1884 uno dei primi saggi su questo tema, ¹⁸ e nel corso del XX secolo sono comparsi diversi commenti, perlopiù opera di aderenti alla teoria della scelta razionale. La «democrazia liquida» è un esempio interessante di un insieme di vecchie idee soluzioniste che hanno ricevuto nuovo impulso con l'ascesa dell'internet-centrismo.

L'entusiasmo per le possibilità che le nuove tecnologie aprono alla partecipazione diretta ha, a sua volta, una lunga storia. In un articolo del 1969 uscito su «Public Choice» – il principale periodico dei teorici della scelta pubblica (la dottrina della scelta pubblica è un sottoinsieme della dottrina della scelta razionale) – Jacob Miller III, che sarebbe poi diventato un alto funzionario

dell'amministrazione Reagan, affermava che «dobbiamo prendere atto di come i costi della comunicazione sono crollati ed è ora possibile per un maggior numero di persone esprimere le loro opinioni simultaneamente». ¹⁹ In particolare, si meravigliava per «la tecnologia in evoluzione dei calcolatori elettronici, dei dispositivi di localizzazione e delle apparecchiature di registrazione [che] potrebbe essere impiegata per tenere memoria delle decisioni politiche, dando a ogni votante l'opportunità di esprimersi su qualsiasi questione e di registrare il voto grazie alle macchine». ²⁰ Miller, come avrebbe fatto Johnson più di quarant'anni dopo, voleva usare i computer per il voto per procura: «Invece di eleggere periodicamente dei rappresentanti per un mandato di uno o due anni, perché non consentire ai cittadini di votare direttamente o di affidare a qualcun altro una procura per tutto il tempo che desiderano?». ²¹ In un'altra strabiliante analogia con Johnson, che parla di un «gradiente di partecipazione», Miller riteneva che ci fossero diverse gradazioni, e che alcuni votanti potevano scegliere di delegare il proprio voto su alcune questioni ma non su altre: «Il votante più sensibile voterebbe su ogni questione dalla sua postazione personale. Un altro potrebbe delegare il proprio voto a qualcuno, convinto che quest'ultimo voterà come voterebbe lui se avesse avuto il tempo e la competenza per partecipare direttamente. La maggior parte dei votanti, invece, farà una scelta compresa tra questi due estremi». ²²

Come sappiamo oggi, la proposta di Miller non ha preso piede. Data però l'attrazione esercitata dall'internet-centrismo e dal soluzionismo, potrebbe benissimo tornare d'attualità, soprattutto ora che ha sostenitori come Steven Johnson. Tuttavia, com'è tipico del soluzionismo, né Johnson né Miller dimostrano la minima comprensione della complessità del processo politico, che riducono all'unica variabile soggetta al controllo dei soluzionisti: i voti. Nessuno dei due accenna al fatto che il processo legislativo implica discussione, negoziato, compromesso e deliberazione; il voto è solo la fase finale di una successione di eventi molto più lunga, che in gran parte è ancora convenzionale e perlopiù invisibile (a meno che, naturalmente, qualcosa non vada storto e i media non si avventino sulla notizia). ²³

Il modello della politica di Miller e Johnson è essenzialmente quello del referendum, dove si può solo votare pro o contro, analogamente a quanto avviene in sostanza con i nuovi aggregatori che Johnson cita tra le proprie fonti d'ispirazione. Prendiamo la California, i cui abitanti amano esprimersi con il voto praticamente su qualunque argomento, spesso a loro stesso svantaggio. Questi plebisciti esercitano un effetto paralizzante sullo Stato, prosciugandone le casse e producendo un fiume di referendum ordinati per numero di cui la maggioranza dei cittadini fatica a ricordare la materia. ²⁴ Chi tra di noi è

convinto che si tratti di un sistema disfunzionale non può pensare che il voto per procura o la democrazia liquida siano un passo adeguato verso una sua riforma. Siamo sicuri che il passaggio a un sistema come quello californiano, con un piccolo ritocco nel senso della «liquidità», sia un buon modo per riformare la politica americana?

Nella «democrazia liquida» di Johnson si presume che gli esperti cui altri votanti meno informati affidano il proprio voto siano onniscienti: essi conoscono la «verità», e quindi non hanno bisogno di deliberare, trattare o scendere a compromessi. Non stupisce, dunque, che l'unica cosa che resta da fare sia votare. Questa, però, è una visione molto immatura della politica. È poi estremamente utopistico presumere che i votanti meno informati siano in grado di trovare gente esperta di questioni di cui non sanno nulla e verificarne le credenziali in materia. Chi ha detto che la valutazione della competenza su questioni come, poniamo, i cambiamenti climatici e la politica macroeconomica sia una faccenda semplice? Valutare la competenza in materia di competenza è tutt'altro che facile.

Inoltre, è molto più probabile che migliaia di altri votanti, insieme ai giornalisti e ad altri candidati in lizza per qualche carica, si attacchino anche alla più piccola lacuna nelle credenziali di un dato candidato. Quando dovete valutare se i vostri amici sono competenti su una certa questione, non c'è nessun altro che osserva, a parte voi. E che dire delle questioni troppo arcane? O dobbiamo forse presumere che i cittadini abbiano abbastanza amici in grado di illuminarli su tutti gli argomenti più rilevanti? Johnson sembra pensarla così e sostiene che, come in genere ci rivolgiamo ad amici buongustai per avere indicazioni su dove andare a mangiare, si può fare lo stesso nel campo delle decisioni politiche. Che strano. Sono solo io a non avere amici esperti sulla situazione economica in Honduras e sugli effetti dei cambiamenti climatici in Alaska? Sarà il caso che mi rivolga, allora, ai miei amici buongustai?

Vai sull'iTunes della politica e scarica la tua previdenza sociale

L'interpretazione johnsoniana della nuova filosofia politica ispirata da «Internet» presenta segni nettissimi del suo disprezzo per il moderno sistema dei partiti – soprattutto quando si scaglia contro «la strettoia semplificatrice del voto di partito» – ma il suo disprezzo non è così pronunciato come quello di altre iniziative soluzioniste per «aggiustare» la politica una volta per tutte. Per esempio, diverse start-up civiche hanno tentato di sostituire il bipartitismo americano, evidentemente disfunzionale, con qualcosa di più efficace. Americans Elect era uno di questi gruppi secondo cui «Internet» poteva

contribuire all'individuazione di un candidato «terzo» che si presentasse alle elezioni presidenziali del 2012. Americans Elect, sosteneva entusiasticamente Thomas Friedman sul «New York Times», poteva fare per la politica americana «quello che Amazon.com ha fatto per i libri, quello che la blogosfera ha fatto per il giornalismo, quello che l'iPod ha fatto per la musica, quello che drugstore.com ha fatto per le farmacie». ²⁵

Friedman scriveva nel luglio 2011. Nel maggio 2012, su Americans Elect non si poteva più contare nemmeno per fare, a beneficio della politica americana, «quello che pets.com ha fatto per i negozi di animali», cioè ben poco. Friedman, naturalmente, non era solo; molti altri commentatori, inebriati da «Internet», avevano creduto che Americans Elect avrebbe cambiato per sempre il modo di fare politica in America. Lawrence Lessig, che non perde occasione per ricordarci quant'è rivoluzionaria tutta questa roba di Internet, affermava che «10.000 click da 10 Stati diversi potrebbero lanciare un candidato verso la conquista della nomination di Americans Elect». ²⁶ Be', evidentemente era destino che non andasse così: Americans Elect, nonostante tutte le promesse di «Internet», non è riuscito a trovare un candidato adeguato, dimostrando che coinvolgere personalità di rilievo nella competizione è molto difficile sulla base dei soli tweet.

La recente spinta soluzionista, però, si estende ben al di là dei tentativi di disarticolare le procedure per l'elezione presidenziale: lo stesso sistema dei partiti è sempre più sotto attacco, con molti rinnegati di Internet che premono per sostituirlo con una più agile organizzazione imperniata su Internet. Molta di questa nuova retorica può essere fatta risalire al pensiero populista e antiorganizzativo di Clay Shirky esposto in *Here Comes Everybody*, un libro che ha un eloquente sottotitolo: *Il potere di organizzare senza organizzazione*. Si pensi al tono shirkiano di alcune affermazioni fatte nel 2008 da Mark Zuckerberg: «Su Internet, con tutte queste applicazioni, siamo arrivati a un punto in cui la comunicazione dovrebbe essere [così] efficace che ... la gente dovrebbe essere in grado di avere voce in capitolo ... senza avere una grande struttura di milioni di persone organizzate e milioni di dollari raccolti per sostenere una causa particolare». ²⁷ Ora, visto che oggi la gente può organizzarsi senza organizzazioni – che siano partiti o sindacati –, perché preoccuparsi, dopotutto, di queste istituzioni lente e inefficienti?

Questa retorica anti-istituzionale e antipartitica ha rapidamente trovato spazio all'interno di specifici progetti soluzionisti che mirano ad aggiustare la politica sbarazzandosi dei partiti. L'attore più importante, su questa scena, è Ruck.us – il cui motto è «Niente partiti, solo persone» –, una start-up cofondata da Nathan Daschle, figlio trentottenne dell'ex senatore Tom Daschle nonché ex direttore

esecutivo della Democratic Governors Association. La finalità di questo sito è ispirata alla massima ambiguità: soppiantare i due partiti – ritenuti «obsoleti e antiquati» da Ray Glendening, l'altro cofondatore di Ruck.us, in un'intervista rilasciata al «Washington Post» ²⁸ – e trasformare «Internet» nel principale luogo di espressione politica del paese.

Ecco come funziona: quando vi registrate sul sito, vi viene chiesto di fornire alcune semplici informazioni sui vostri interessi (per esempio, vi interessa di più la politica estera o la questione fiscale?) e sul vostro orientamento politico (per esempio, pensate che il governo debba avere un ruolo nel campo dell'istruzione?). Fatto questo, Ruck.us calcola il vostro «DNA politico», in modo da mettervi in contatto con utenti di orientamento analogo e incoraggiarvi a unirvi ad alcune importanti «mischie» (secondo il sito, «il termine deriva dal rugby, in cui i giocatori formano una mischia quando si ammassano, un po' disordinatamente, per contendere il possesso di palla agli avversari» ²⁹). Ruck.us è un po' il Netflix della politica, con il suo motore per la segnalazione delle iniziative che in sostanza vi incoraggia a – poniamo – dare un'occhiata alla campagna per vietare l'aborto se avete già espresso una forte opposizione al controllo sulle armi, un po' come Netflix vi raccomanda di guardare *Rambo* se vi è piaciuto *Rocky*.

Una volta inclusi in una «mischia», i partecipanti possono semplicemente seguire le notizie postate da altri membri o essere più attivi e condividere le informazioni: i link delle petizioni, delle organizzazioni e degli eventi più rilevanti sono suggeriti con particolare evidenza. Mentre il sito raccoglie nuove informazioni sugli utenti, vengono proposte nuove questioni e suggerite nuove «mischie»: la partecipazione alle varie «mischie» è sempre fluida, e c'è scarso senso di appartenenza, dato che ogni iscritto a Ruck.us può essere membro di decine di «mischie». Il fulcro, insomma, è l'azione individuale su questioni particolari, mai su concetti obsoleti quali l'impegno collettivo per finalità condivise o la solidarietà. Nulla di tutto ciò sembra particolarmente remunerativo, perciò Ruck.us propone anche «mischie sponsorizzate» – campagne finanziate da enti quali la National Wildlife Foundation o Livestrong – le cui iniziative e notizie sono in parte dettate dagli sponsor. (Magari Ruck.us non sarà una rivoluzione nel campo della politica, ma è di certo una rivoluzione nel campo del lobbismo!)

Nell'aprile 2012, quando i suoi fan più sfegatati credevano ancora che Americans Elect potesse trasformare la politica americana, Nathan Daschle scrisse un editoriale per la CNN in cui celebrava i cambiamenti rivoluzionari promossi dalla tecnologia. «Mentre trent'anni fa ignoravamo beatamente i nostri limiti, ora ci aspettiamo opzioni, personalizzazione, soluzioni su misura e

immediatezza, tutte cose indisponibili in quella costruzione ottocentesca che è il nostro sistema bipartitico» lamentava. ³⁰ E proseguiva affermando che «l'innovazione di Americans Elect è così elettrizzante ... perché ci sgrava di strutture anacronistiche che danneggiano il nostro sistema politico. È l'iTunes della politica». ³¹ Anche Daschle è convinto che la rete non andrà via: «I trend sono inequivocabili. Il cambiamento sta arrivando ed è probabile che avverrà nella forma di un mash-up tra Americans Elect, Ruck.us e tutte le altre sconvolgenti tecnologie». ³² La democrazia mash-up non è esattamente quella descritta da Tocqueville in *La democrazia in America*.

Se fossero state proposte da un qualche estremista cyber-libertario californiano che legge «Wired», queste idee non avrebbero goduto della stessa attenzione. Daschle, invece, è profondamente inserito nelle stesse strutture che Ruck.us cerca di disarticolare. In questione, qui, non c'è solo il danno che Ruck.us potrebbe arrecare alla politica, bensì il fatto che l'idea stessa di un «iTunes della politica» possa essere nata dalla mente di un veterano della politica. È qui che il predominio dell'internet-centrismo può forse gettare un po' di luce.

Gran parte della spinta prodotta da Ruck.us deriva dall'idea secondo cui noi vivremo in un'epoca originalissima, in cui tutto è possibile, perché tutto è in divenire. «La politica è l'ultimo settore della cultura americana che ancora dev'essere rivoluzionato dalla tecnologia. Se ci guardiamo intorno, in ogni ambito della nostra vita disponiamo di una pletora di opzioni, tranne che per i luoghi deputati all'impegno politico: qui abbiamo ancora soltanto due opzioni» osserva Glendening. ³³ Ma che cosa mai significa «iTunes della politica»? Ciò che iTunes ha sovvertito è soltanto la capacità dell'industria musicale di vendere canzoni in blocco sotto forma di album. Significa forse che, se Daschle l'avrà vinta, solo le «questioni blockbuster» – quelle che producono le «mischie» più grandi o attraggono gli sponsor migliori – saranno oggetto di iniziative politiche, mentre quelle meno popolari ma forse più importanti verranno accantonate? In che modo ciò può essere un bene, in particolare per chi ha posizioni impopolari e minoritarie? O «iTunes della politica» è soltanto un riferimento volante al supermarket globale delle cause politiche in cui i cittadini-consumatori potranno comprarsi la causa che massimizza il loro benessere emotivo senza richiedere molto in cambio? Può esserci un modo migliore del paragone con iTunes per evidenziare la mercificazione della politica moderna?

Com'è facile presumere, non tutti sono entusiasti di Ruck.us. Dave Karpf, docente di comunicazioni presso la George Washington University, ha dichiarato alla rivista «Politico» che «tutte le trame per disarticolare il sistema bipartitico attraverso la tecnologia mostrano in genere lo stesso difetto fondamentale:

trattano la politica come fosse un mercato». ³⁴ Secondo Karpf, invece, «il nostro sistema bipartitico non nasce da un problema di mercato, bensì dalla concezione del sistema elettorale. La coalizione partitica che attrae una più ampia varietà di votanti vince tutto. La coalizione che si piazza al secondo posto non vince nulla. Ciò implica l'esistenza di due soli partiti. In ogni caso. Le nuove tecnologie dell'informazione non lo hanno minimamente intaccato». ³⁵ Le profonde questioni strutturali che riducono la politica americana a due soli partiti hanno ben poco a che fare con la tecnologia o con la carenza di informazione, ed è quindi da ingenui attendersi che le piattaforme digitali possano contribuire a risolverle. Anche qui, «Internet» è una grandiosa soluzione a un problema che non esiste.

Il tocco di ironia definitivo è che i soluzionisti internet-centrici, sbagliando la diagnosi del problema e cercando di risolverlo in maniera piuttosto superficiale, rischiano di generare ulteriori problemi. Certo, la politica moderna – e la politica americana, in particolare – è ben lungi dalla perfezione. Anche qui, però, i nostri geek ben intenzionati dovrebbero approfondire la loro valutazione sia del ruolo svolto dai partiti sia dei molti aspetti positivi di questa dialettica politica nella storia degli Stati Uniti. L'antipartitismo non è esclusiva dei nostri tempi internet-centrici: è un sentimento ricorrente nella teoria politica e sociale americana, con tanti pensatori che già molto tempo fa ritenevano che il sistema dei partiti fosse un sintomo di una società spezzata e divisa, che era uscita dalla grazia di Dio perdendo la propria unità e integrità. Neanche i tentativi di superare i partiti – o alla maniera della «democrazia liquida» di Steven Johnson o secondo l'idea proposta da Ruck.us – sono una novità: al contrario, sono perfettamente coerenti con la filosofia volontaristica emersa nell'Era del Progresso, secondo la quale i cittadini possono aggirare i partiti, formare i loro piccoli gruppi e le loro associazioni su base volontaria e lottare per interessi particolari.

Nel libro *On the Side of the Angels: An Appreciation of Parties and Partisanship*, pionieristica difesa della partigianeria in politica, Nancy Rosenblum tesse le lodi di quella che per lei è «la creatività della politica dei partiti e la dignità morale della partigianeria» ³⁶ e fa notare che i partiti non solo riflettono, bensì creano attivamente gli interessi e le opinioni politiche dei loro membri. È facile criticare i partiti: gli elettori li trovano deprimenti; per i gruppi di interesse particolari e i ricchi finanziatori è fin troppo facile sfruttarli; i partiti possono dimostrarsi lenti nelle loro reazioni ai mutamenti dell'opinione pubblica e impediscono ai loro membri di decidere per conto proprio su molte questioni importanti. Nonostante tutti questi difetti, però, i partiti svolgono anche un ruolo rilevante – e spesso invisibile – per una vita politica più ragionevole e creativa. Regolano i conflitti e mediano in fase di deliberazione, facendo pesare la propria

posizione sui maggiori temi di attualità.

Soprattutto, i partiti contribuiscono a creare le condizioni in cui la partigianeria può prosperare, e questa, checché ne dicano i guru centristi, ha molti possibili effetti benefici. Rafforza il pluralismo come unico sistema possibile, costringendo il partito al potere a riconoscere che la propria «verità» potrebbe essere solo uno dei modi di vedere le cose. La partigianeria, secondo Rosenblum, «non considera il pluralismo e il conflitto politico come un prezzo da pagare alla necessità, un riconoscimento pragmatico dell'inevitabilità del disaccordo. Richiede, invece, una rigorosa autodisciplina per comprendere che il proprio partito non è che una parte di un sistema politico permanentemente pluralistico; e per ammettere, di conseguenza, che ci si trova al governo solo provvisoriamente e che pretendere di rappresentare tutti sarebbe una farsa». ³⁷

Il tentativo di sostituire la partigianeria con qualcosa di meno imperfetto e controverso, sostiene Rosenblum, rischia solo di peggiorare le cose, perché, come spiega chiaramente, «salvare la politica dall'irrazionalità è irrazionale». ³⁸ Analogamente, lo storico Sean Wilentz afferma che, per quanto la partigianeria abbia nel dibattito odierno una pessima reputazione, non dobbiamo dimenticare che «l'attuale corrente antipartitica è per definizione antidemocratica, dato che i partiti politici sono stati i soli veicoli di promozione delle idee e degli interessi degli elettori comuni». ³⁹ In altre parole, se è vero che le tecnologie digitali potranno un giorno facilitare l'opera di disarticolazione del sistema dei partiti e mettere fuori gioco la partigianeria – le start-up americane come Americans Elect e Ruck.us persevereranno di certo nella loro missione – questo carattere antidemocratico fa sì che il progetto non meriti di essere perseguito. Il fatto di aver trovato una «soluzione» efficace al problema della partigianeria non dimostra che la partigianeria sia davvero un «problema». È qui che il soluzionismo, insieme all'internet-centrismo, ci costringe a individuare i problemi sulla base della mera potenza degli strumenti digitali a nostra disposizione, non sulla base dei bisogni e dei criteri della politica democratica. Come ha scritto il politologo Bernard Crick, «l'insofferenza per le verità generalmente accettate è una grande nemica dell'uomo libero». ⁴⁰

Imparare ad amare le imperfezioni

Il problema principale del soluzionismo è il suo rifiuto di ammettere che uno slancio verso il perfezionamento – che si tratti della richiesta di onestà e trasparenza rivolta ai politici o degli sforzi concreti volti a superare i presunti limiti insiti nella partigianeria – possa esercitare un'influenza negativa sulla nostra cultura politica. La perfezione non dovrebbe essere perseguita come un

fine in sé: la democrazia è una questione complicata in cui non ci saranno mai progressi positivi senza qualche delusione.

Se si abbandonasse questa mania perfezionista, la politica ci apparirebbe in una luce molto diversa. Se si presuppone che la politica sia di per sé imperfetta – e che questa imperfezione sia un bene – allora la ricerca di trasparenza da parte dei soluzionisti appare mal consigliata per una ragione assai semplice: se perseguita in maniera irriflessiva, ridefinisce certi inconvenienti quali l'aumento dell'astensionismo o il saltuario ricorso all'ipocrisia e all'ambivalenza come veri e propri peccati, mentre qualunque modello realistico della politica dovrebbe, almeno in qualche caso, considerarli alla stregua di virtù.

I soluzionisti non capiscono che i politici non sono materassini gonfiabili o asciugacapelli classificabili su una scala da zero a cinque stelle, come siamo inclini a fare con i nostri acquisti su Amazon. Non è che non li si debba giudicare, anzi, ma questi giudizi vengono filtrati fino a ridursi a una scelta binaria che noi esprimiamo, a intervalli di qualche anno, nella cabina elettorale. Un politico che abbia imparato l'arte del compromesso e accettato l'inevitabilità dell'imperfezione potrebbe guadagnarsi la rielezione, ma un asciugacapelli che abbia le medesime caratteristiche non otterrà, come voto, tutte le cinque stelle. Il dissidente polacco Adam Michnik aveva visto bene quando definì la democrazia come «eterna imperfezione, una miscela di peccato, santità e affari loschi». ⁴¹ Provate a pubblicizzare un asciugacapelli usando queste parole come slogan.

Se la delusione nei confronti della politica è destinata a diventare più visibile – il che è possibile, dati i cambiamenti in atto nel mondo dell'informazione – allora dovremo trovare nuovi modi per convincere i cittadini ad apprezzarne le imperfezioni. Un flusso di dati «cattivi» ci apparirà scoraggiante solo se ci atteniamo a criteri semplicistici e riduzionisti nel giudicare ciò che vale come «successo» in politica, se trasformiamo in feticcio i mezzi, cioè le percentuali dei votanti, tralasciando i fini, ossia gli esiti negoziali delle sessioni legislative.

John Wonderlich della Sunlight Foundation – un bastione del tecnosoluzionismo che promuove l'utilizzo di strumenti digitali ai fini della trasparenza amministrativa – si entusiasma e afferma che «è in atto un cambiamento culturale rispetto a ciò che la gente si attende da un governo, alimentato dall'esperienza dello shopping su Internet e dall'accesso in tempo reale alle informazioni finanziarie», ma questo è un fatto disdicevole, tutt'altro che entusiasmante. ⁴² La mentalità di chi fa acquisti su Amazon tende a prediligere il vantaggio immediato e raramente è incline al sacrificio per il bene degli altri. Provate a dire a chi compra su Internet che non tutti i suoi desideri possono essere soddisfatti, perché qualcun altro ha interessi ugualmente validi di cui bisogna tenere conto: il mercato, semplicemente, non funziona così.

La politica, però, prospera sulla mediocrità, reale o percepita: prima o poi, tutti sono destinati a rimanere delusi. Se la trattativa potesse sempre condurre alla soddisfazione totale di tutti, la politica non sarebbe di alcuna utilità. Come ha scritto Bruno Latour, «quella che noi disprezziamo come “mediocrità” politica, è semplicemente l’insieme dei compromessi che noi chiediamo ai politici di fare in nostro nome». ⁴³ Accettare la mediocrità della politica equivale ad accettare il fatto che il cittadino, a differenza del cliente, non sempre ha ragione: dove i consumatori possono aprirsi la strada pagando, facendosi trattare da imperatori e attendendosi il migliore degli asciugacapelli possibili, i cittadini devono adottare una certa umiltà e prepararsi a fare qualche sacrificio per gli altri, anche solo per solidarietà.

Introdurre la mentalità del consumatore – sia pure di quello più sensibile e informato – nel dominio della politica fa della politica un’esperienza così deludente che pochi riusciranno a tollerarla. Alle istituzioni pubbliche non dovrebbero essere imposti gli standard validi per le loro controparti private, per il semplice motivo che la loro funzione consiste nel fornire beni e servizi che i mercati non possono o non dovrebbero fornire. Questo compito è già abbastanza impegnativo anche senza le continue rimostre di consumatori pignoli scontenti del suo esito men che ottimale. Come avverte Catherine Needham nel suo *Citizen Consumer* (2003), «il pericolo fondamentale è che il consumismo possa contribuire a formare cittadini privatizzati e rancorosi, pieni di aspettative che un governo non potrà mai soddisfare, e impedisca lo sviluppo di una sensibilità per il bene pubblico, che dovrebbe essere il fondamento dell’impegno democratico, e del sostegno ai servizi pubblici». ⁴⁴

I soluzionisti della Sunlight Foundation, comunque, non sono i soli ad aspettarsi che «Internet» dia luogo a ciò che forse converrebbe evitare. Politologi di spicco hanno fatto propria l’idea della «democrazia monitorata», per cui i politici si trovano ad agire sempre sotto l’occhio vigile di qualcuno – di cittadini e ONG, di commissioni e agenzie varie – perché, come sappiamo, i politici tendono a essere imperfetti, inefficienti e corrotti. Non è che questa posizione sia sbagliata – i casi di corruzione e di follia burocratica spesso citati a questo riguardo non sono certo delle fole – ma le teorie della «democrazia monitorata» raramente enunciano espressamente quali attività politiche dovranno essere esenti da scrutinio, monitoraggio e votazioni. Il pericolo, qui, come spesso accade con i progetti favorevoli alla trasparenza, è che la luce aggiuntiva che viene proiettata sia considerata un bene in sé, non un mezzo per promuovere un bene diverso e superiore.

Nel saggio *Defending Politics* – forse la difesa più brillante della pratica politica pubblicata negli ultimi anni – Matthew Flinders sostiene che la

«democrazia monitorata» soffre di molti problemi già rilevati da Michael Power nella sua più generale discussione sulla «società dei controlli». La principale preoccupazione della democrazia monitorata – attacca Flinders – non sta nella promozione del bene della società, bensì piuttosto nel «controllare, monitorare e sottoporre a esame i politici e i decisori, sulla base della “verità di per sé evidente” secondo cui dei politici non bisogna fidarsi». ⁴⁵

Un recente articolo del «Guardian» ha colto un’opinione assai rappresentativa della *vox populi* quando ha citato un elettore abituale che dichiarava: «Secondo la mia idea, un politico è un ladro, un bugiardo e un imbrogliatore». ⁴⁶ Questa è un’idea in malafede e aggressiva che disprezza i politici, tiene in gran conto il giornalismo scandalistico e «gioisce quando può fare politicamente lo scalpo a qualcuno». ⁴⁷ L’aspetto più spiacevole di quest’idea è che dice ben poco sulle responsabilità dei cittadini, mettendo l’accento soprattutto sui loro diritti (anzi, in pratica su un unico diritto: il diritto di sapere). Come spiega Flinders, trattare i cittadini come consumatori li porta a pensare che la politica possa garantire gli stessi «standard di servizio che essi in genere richiedono al settore privato [il che] è l’equivalente politico del suicidio». ⁴⁸

Con la digitalizzazione dei vecchi giornali e degli archivi tv, ora che tutti i discorsi sono registrati e trascritti per i posteri, con la possibilità di esaminare tutti i tweet e tutti i poke mai inviati, la tentazione di soccombere al soluzionismo e di denunciare i politici e le istituzioni pubbliche come truffatori diventa irresistibile. I politici, un tempo, venivano svergognati divulgando le loro poco lusinghiere percentuali di partecipazione alle votazioni; ben presto, invece, dovranno vedersela con svariati indici di «verità» sulla base di tutto ciò che hanno detto in vita loro. Il recente interesse per la verifica dei fatti e la corrispondente proliferazione di progetti come PolitiFact.com (del «Tampa Bay Times»), FactCheck.org (dell’Annenberg Public Policy Center) e Fact Checker del «Washington Post» (che valuta la correttezza delle dichiarazioni dei politici su una «scala Pinocchio» che va da uno a quattro) offrono un assaggio di quel che ci aspetta. Al momento, questi progetti richiedono ancora l’intervento umano in fase di analisi e di giudizio, ma con le tecnologie sempre più intelligenti a nostra disposizione e con l’espansione dei nostri archivi, la verifica dei fatti verrà probabilmente affidata a qualche algoritmo.

Confidiamo nella verità?

Il progetto Truth Goggles (occhiali della verità), sviluppato da un dottorando del MIT e ampiamente elogiato dai media, rappresenta un passo avanti verso una parziale automazione delle procedure di verifica dei fatti. ⁴⁹ Questo minuscolo

programma può essere integrato nel browser. Quando ci si collega al sito del «New York Times», si può cliccare sull'icona «Truth Goggles» aggiunta al browser, e il programma esaminerà l'articolo in cerca di dichiarazioni fattuali. Se l'articolo contiene una delle oltre 6000 (in aumento) dichiarazioni fattuali verificate e incluse nel database di PolitiFact, tali dichiarazioni verranno evidenziate in giallo nel testo dell'articolo, mentre il resto apparirà sfuocato. Cliccando su una delle dichiarazioni evidenziate, l'utente vedrà aprirsi una finestra sul monitor, in cui PolitiFact formula il proprio giudizio sulla dichiarazione in questione – vera, vera a metà, perlopiù vera, perlopiù falsa, falsa e così via – fornendo anche qualche informazione aggiuntiva sul contesto.

Ritroviamo, qui, l'ideologia del doppio click: la «verità» si insinua magicamente nel nostro browser, mentre i nobili sforzi dei cacciatori di verità di PolitiFact e degli innovatori del MIT rimangono invisibili e, perlopiù, inverificati. Chi controllerà i cacciatori di verità e gli innovatori? Gli estremi dello spettro appaiono poco o per nulla controversi: le dichiarazioni classificate come assolutamente «vere» o assolutamente «false» – posto che non riguardino il cambiamento climatico o l'evoluzione – possono anche non essere controverse, ma che dire delle dichiarazioni intermedie? Possiamo davvero fidarci della decisione di PolitiFact qualifica una dichiarazione come «perlopiù falsa» anziché, poniamo, come «perlopiù vera»?

Nel dicembre 2011 il noto blogger e giornalista Glenn Greenwald ha fatto notare che PolitiFact, per una parte almeno dei suoi giudizi sull'affidabilità delle affermazioni in tema di guerra al terrorismo e di detenzione illegale di presunti terroristi, si rivolge a esperti di politica estera presumibilmente «di centro», che appaiono neutrali ed esenti da inclinazioni ideologiche (la pagina di verifica dei fatti sul sito di PolitiFact comprende una sezione sulle fonti utilizzate nella determinazione dell'affidabilità delle affermazioni, che elenca gli esperti consultati). ⁵⁰ In un caso, PolitiFact ha qualificato come «perlopiù falsa» una dichiarazione di Ron Paul secondo cui «i cittadini americani rischiano di essere assassinati» dal loro governo dopo la vaga ridefinizione operativa di al-Qaeda e dei talebani adottata dal dipartimento della Difesa. ⁵¹ Come ha rilevato Greenwald, Paul non era certo l'unico a pensarla così: molti avvocati di chiara fama e l'American Civil Liberties Union condividevano le sue posizioni. PolitiFact, tuttavia, ha deciso di rivolgersi a due «esperti» presunti neutrali, i quali – se dobbiamo credere a Greenwald – non lo sono affatto, essendo neocon camuffati. Greenwald, abilissimo polemista, ha un po' la tendenza a esagerare, ma qui le basi delle sue affermazioni sono solidissime: i due esperti in questione hanno davvero sostenuto, in passato, molti aspetti della guerra globale al terrorismo.

PolitiFact, però, si muove all'interno della sua bolla ideologica, che non sempre è in grado di riconoscere. Una volta apposto il marchio dell'approvazione o della disapprovazione su dichiarazioni controverse – e una volta che tale sigillo trova il suo posto permanente sul nostro browser – il falso centrismo degli «esperti di Washington» occupa sempre più spazio nel nostro dibattito pubblico. La verifica semiautomatizzata dei fatti, insomma, fornisce alcune soluzioni – è in grado di scoprire alcuni errori fattuali – ma il prezzo di tali soluzioni potrebbe essere quello di indurci a sostenere schemi ideologici che, a loro volta, andrebbero verificati e forse persino capovolti. Questo particolare inconveniente potrà essere superato se PolitiFact e i suoi affezionati geek abbandoneranno il mito del doppio click e ammetteranno di essere passibili delle stesse verifiche a cui essi sottopongono i politici, se non addirittura di più.

È probabile che nei prossimi anni progetti come Truth Goggles prolifereranno e diventeranno ancora più sofisticati. Per cominciare, le dichiarazioni pubbliche non scompariranno mai, neanche quelle rilasciate prima di intraprendere la carriera politica. La maggior parte dei politici ha già accettato il fatto per cui tutto ciò che dicono – o twittano – diventerà incancellabile, ma i geek non perdono occasione per ricordarglielo: Politwoops, un progetto della Sunlight Foundation, raccoglie e mette in evidenza i tweet cancellati dai politici, come se a questi ultimi non fosse concessa l'opportunità di pentirsi di quanto hanno dichiarato. Forse la Sunlight Foundation preferirebbe che i politici non parlassero affatto.

Le tecnologie per immagazzinare, ricercare e recuperare informazioni sono importanti, ma sono solo l'inizio. Tra breve, costerà poco o nulla analizzare file audio e video alla ricerca di segni di disonestà: la capacità di «decifrare» il volume della voce, le pause e i cambiamenti nella frequenza saranno fondamentali nell'analisi dei primi, mentre per i secondi risulteranno cruciali le espressioni del viso. Molti decenni di ricerche su come si possono «leggere» automaticamente le espressioni del viso – si pensi, in particolare, all'opera del famoso psicologo Paul Ekman, le cui ricerche hanno ispirato la serie televisiva della Fox «Lie to Me» – cominciano a dare i loro frutti, di pari passo con la riduzione del costo dei computer, l'evoluzione degli algoritmi e l'espansione degli archivi fotografici grazie all'avvento dei social media. Queste tecniche consentiranno ben più della semplice analisi della fondatezza di particolari dichiarazioni: mostreranno se i politici sono sinceramente convinti di quel che promettono, se credono davvero a ciò che affermano o se, invece, essi stessi sospettano che i loro tanto celebrati piani di riforma possano risultare inefficaci.

È qui che i soluzionisti dovrebbero prestare molta attenzione. Un progetto come Truth Goggles sembra abbracciare un modello di politica che tratta

l'ipocrisia, l'incoerenza e l'ambiguità come cose di per sé cattive e nocive alla buona politica, come qualcosa che andrebbe eliminato. Ma è davvero così? Noi dobbiamo mettere alla prova e verificare non solo l'idea che si possa valutare la verità di un'affermazione per mezzo di un certo numero di «Pinocchi», bensì anche quella secondo cui l'ipocrisia, la menzogna e l'ambiguità starebbero rovinando la politica. In dosi particolarmente massicce, la rovinano senz'altro; ma a piccole dosi, queste sono più virtù che vizi. Consentono infatti al nostro sistema politico di funzionare: se scompaiono, andrà perduto qualcosa di autenticamente importante. Pertanto, se tecnologie più nuove e intelligenti potranno in definitiva contribuire a eliminare quasi completamente questi tre vizi, ciò non modificherà le verità che la filosofia politica ha scoperto tanto tempo fa. Anzi, l'ipocrisia, la menzogna e l'ambiguità annoverano fior di influenti sostenitori, e molte delle argomentazioni usate da costoro, concepite prima dello sviluppo della nostra ossessione per «Internet», restano valide ancora oggi.

La filosofa politica Judith Sklahr ha scritto un intero libro, *Ordinary Vices*, per dimostrare che una guerra contro l'ipocrisia sarebbe un'impresa inutile se non controproducente, perché l'ipocrisia è una condizione strutturale che rende possibile il liberalismo. ⁵² I riformisti liberali, sostiene, dovrebbero smetterla di fissarsi sull'ipocrisia per affrontare altri problemi, in particolare la crudeltà. «Il paradosso della democrazia liberale sta nel fatto che incoraggia l'ipocrisia, poiché la politica della persuasione ... esige una certa quota di dissimulazione da parte di chiunque parli. D'altro lato, la natura stessa di una competizione politica aperta accresce l'importanza e la diffusione dell'ipocrisia, poiché questo è il vizio di cui tutte le parti in causa possono accusarsi a vicenda, e di cui in effetti si accusano. Non è affatto evidente che un candore fanatico riesca particolarmente utile alla politica liberale.» ⁵³

Diversi decenni dopo l'uscita del libro di Shklar, la filosofa politica Ruth Grant, con un'altra significativa presa di posizione in difesa dell'ipocrisia, ha affermato che alcuni tipi di ipocrisia sono, oltre che benefici, anche necessari. In questo senso, sostiene, «la condanna generalizzata dell'ipocrisia dev'essere considerata un vizio politico, in particolare se ciò che passa per politica onesta non è fondato su principi rigorosi, bensì sull'egoismo di quei "realisti" che in realtà sono soltanto cinici». ⁵⁴ Più di recente, il teorico politico David Runciman ha proposto argomentazioni simili, affermando che alcuni tipi di ipocrisia in politica sono persino desiderabili e meritevoli di incoraggiamento. ⁵⁵ La sua spiegazione della recente tendenza a sradicare l'ipocrisia appare convincente: non è che oggi ci sia più ipocrisia; il fatto è che, con un'esposizione ininterrotta della politica sui media, è molto più appariscente.

La menzogna ha ricevuto meno attenzione da parte dei teorici politici, ma lo storico Martin Jay, nel suo *The Virtues of Mendacity*, ha rimediato a questo deficit intellettuale. La verità può rendere inermi e non sempre vale la pena diffonderla. Per citare Jay, «dire la verità può ... essere un'arma dei potenti, mentre la menzogna può essere una tattica dei deboli». ⁵⁶ Una politica senza menzogne né ipocrisia non sarebbe neanche politica. Secondo Jay, «la politica, comunque se ne voglia definire l'essenza e delimitarne i contorni, non sarà mai una zona di autenticità, sincerità, integrità, trasparenza e virtù interamente libera dalle bugie. E può darsi che ... questo, tutto sommato, sia un bene». ⁵⁷ Attendersi dai politici che dicano sempre la verità equivarrebbe a sottoporre la nostra politica, per definizione mediocre, a standard perfezionistici che priverebbero la politica di qualsiasi significato. Ciò non vuol dire che i politici debbano essere incoraggiati a mentire, ma solo che occorre tenere a mente che le menzogne possono spesso assolvere una funzione positiva, e se in alcuni casi si finirà per facilitare la corruzione, o la pigrizia, in altri si favoriranno il compromesso e la speranza.

Una conseguenza indesiderata della nostra turbocultura della verifica dei fatti può essere che le dichiarazioni politiche ambivalenti o ambigue lasceranno il posto a resoconti più concreti e ossessivamente incentrati su cifre. Ciò potrà tornare utile per alcuni fini – si pensi al discorso tenuto da Bill Clinton alla Convention nazionale democratica del 2012, nettamente diverso dagli interventi perlopiù privi di elementi fattuali pronunciati alla Convention repubblicana – ma anche questo potrebbe avere effetti deleteri sulla nostra politica. Come ha sostenuto la politologa Deborah Stone nel suo illuminante *Policy Paradox*, l'ambivalenza presenta numerosi risvolti positivi in un sistema politico democratico: è più un'arte che una scienza. «L'ambiguità consente la trasformazione delle intenzioni e delle azioni individuali in esiti e traguardi collettivi. Senza di essa, la cooperazione e il compromesso sarebbero molto più difficili, se non impossibili» afferma Stone. ⁵⁸

Per esempio, definire una data posizione politica in termini sufficientemente ambigui e vaghi può aiutare i politici a conquistare l'approvazione di molti settori diversi: la precisione può attendere. «La “difesa degli interessi americani” è un concetto ambiguo in cui tutti possono riconoscersi» osserva Stone. ⁵⁹ L'ambiguità consente di affrontare davvero le cose da fare, concedendo ai politici un minimo di respiro per operare sui vari problemi senza essere continuamente distratti dall'attenzione dei media e dell'opinione pubblica. Insomma, scrive Stone, «i legislatori possono soddisfare la richiesta di “fare qualcosa” riguardo a un dato problema approvando statuti vaghi dal significato ambiguo, per poi delegare agli enti amministrativi la risoluzione dietro le quinte

degli aspetti più controversi». ⁶⁰ Inoltre, cosa ancora più importante, senza una qualche ambiguità si rischia che i conflitti non vengano risolti e i compromessi non vengano raggiunti. «L'ambiguità facilita il negoziato e il compromesso perché consente a tutte le parti in causa di rivendicare la vittoria per la medesima risoluzione» conclude Stone. ⁶¹

Esigendo che la nostra politica diventi più precisa, chiedendo ai politici di affidare il loro pensiero ai tweet, ai poke e a interventi sui blog, costringendoli a occuparsi di minuzie e, soprattutto, a parlare anziché a fare, difficilmente si contribuirà a migliorare lo stato della nostra democrazia. Dobbiamo resistere alla tentazione di accettare il dono di «Internet», che potrebbe rivelarsi piuttosto una maledizione camuffata. Non dobbiamo fissarci su ciò che questo nuovo arsenale di tecnologie digitali ci consente di fare, se prima non abbiamo ben chiaro ciò che conviene fare.

Reti, leader, gerarchie

L'idea secondo cui «Internet» può liberarci dai partiti politici o risolvere i profondi problemi strutturali dei sistemi politici democratici risale all'inizio degli anni Novanta. Un articolo pubblicato da «Wired» citava Esther Dyson, investitrice e commentatrice di spicco nel campo delle tecnologie, che aveva dichiarato: «I partiti politici organizzati non saranno più necessari se le reti aperte permetteranno alla gente di organizzarsi ad hoc, invece di tenerla ingabbiata in gruppi più rigidi». ⁶² L'opinione di Dyson, naturalmente, è solo un aspetto di un più generale disagio dei geek alle prese con la politica moderna, nonché della fiducia nel potenziale risolutivo di «Internet». Come ha scritto Josh Quittner, autore del citato articolo di «Wired», «la Rete è solo un mezzo per conseguire un fine. Il fine è quello di percorrere a ritroso la formazione della macchina governativa, smontare la politica riducendola alle sue componenti elementari e intervenire per aggiustarla». ⁶³ Il soluzionismo e l'internet-centrismo vanno a braccetto da molto tempo.

Eppure, ogni nuova tecnologia – che si tratti di un qualche delizioso strumento crittografico, di un'imitazione di WikiLeaks o di un qualche dispositivo per visualizzare dati peraltro inutili – riattizza la pulsione soluzionista e dà l'avvio a un'ulteriore ondata di epocalismo che, a sua volta, viene usata come prova a giustificazione di qualche intervento radicale o, semplicemente, per stigmatizzare l'inazione. Per effetto di ciò, ci viene spesso ricordato che «Internet» e le sue varie componenti possono servire come modello per riformare le istituzioni politiche, indipendentemente da quanto la loro struttura attuale sia efficace nella difesa dei diversi interessi umani.

Ecco che Heather Brooke, per esempio, attivista sul fronte della trasparenza amministrativa, ispirandosi al motto di Lawrence Lessig propone: «Anziché ridisegnare Internet per adattarla a leggi impopolari e a leader impopolari, potremmo ridisegnare le nostre strutture politiche in modo da farne uno specchio di Internet. Anziché confidare nell'intervento di uno Stato che metta sotto controllo Internet per proteggerci, noi crediamo nel bene che nasce spontaneamente quando gli individui possono parlare e associarsi liberamente». ⁶⁴ Lo Stato e le sue istituzioni sono visti con sospetto, come se «Internet» potesse in qualche modo difendere i propri utenti dalle violazioni della privacy o dalla criminalità informatica. Il messaggio, qui, è inequivocabile: la Rete esiste, fatevene una ragione! Se non ricordo male, però, gran parte di questa «Internet» leggendaria è stata costruita da società a scopo di lucro con l'obiettivo esplicito di guadagnarci dei soldi, e non per difendere i diritti umani. Perché mai dovremmo riformare le nostre istituzioni politiche sulla base di questo modello?

Secondo un'ispirazione simile, Beth Noveck, docente di diritto ed ex viceresponsabile per le questioni tecnologiche della Casa Bianca, avverte che «se le istituzioni non coopereranno con le reti, queste ultime impareranno a eluderle, rendendo le attività di governo sempre più frammentarie, inefficaci e inconsistenti». ⁶⁵ Non sorprende, quindi, che Noveck proponga di «ripensare la teoria democratica e l'architettura delle istituzioni di governo adattandole all'età delle reti». ⁶⁶ Be', perlomeno non è un'epoca.

Con tutta probabilità è da attribuire all'internet-centrismo gran parte di questa infatuazione per le strutture in rete, decentrate e senza leader, nonché l'idea di una loro presunta superiorità rispetto alle gerarchie centralizzate e ai loro leader (delle quali i partiti sono solo un esempio). In buona parte, questo feticismo della Rete può essere spiegato con l'immotivato entusiasmo per l'agio e la velocità con cui queste reti possono essere costituite. Il fatto che le reti siano meno adatte delle gerarchie quando si tratta di fare le cose non turba minimamente i guru internet-centristi: il loro compito è quello di lodare «Internet» dovunque si manifesti, non per impegnarsi in analisi sul tipo di strutture organizzative più adatto alle riforme di volta in volta in agenda.

Ecco come Clay Shirky dispiega il suo caratteristico gergo da teorico della scelta razionale in *Here Comes Everybody*: «Si stanno formando nuovi gruppi molto efficienti, che lavorano ... al di fuori dei precedenti vincoli che ne limitavano l'efficacia. Questi cambiamenti trasformeranno il mondo, dovunque dei gruppi di persone si uniranno per ottenere qualcosa, cioè dappertutto». ⁶⁷ I «precedenti vincoli» vengono definiti obsoleti e non necessari, come qualcosa che ostacola l'autorealizzazione dei gruppi. Sono i gruppi e le reti – che sono

diffuse e spesso travalicano i confini – a detenere il potere; le gerarchie e gli Stati, vincolati come sono a territori e programmi d'intervento definiti, vengono costantemente beffati.

L'idea di una quasi divina superiorità delle reti impronta l'interpretazione che Shirky offre di WikiLeaks, la rete transnazionale che le sovrasta tutte. Tanto che in un successivo discorso, l'autore afferma: «Il dipartimento di Stato non aveva modo di rivolgersi a WikiLeaks per aprire una discussione incentrata o anche solo parzialmente riferita al cosiddetto “interesse nazionale”. Julian [Assange] non è cittadino statunitense, bensì australiano. Non operava dal territorio americano, bensì dall'Islanda. Le conversazioni riportate nei «Pentagon Papers» si erano svolte interamente all'interno dei confini nazionali, mentre la discussione con WikiLeaks è avvenuta al suo esterno». ⁶⁸ I gruppi vincono, gli Stati-nazione perdono. Le reti sono buone, le gerarchie cattive. Il globale è buono, il locale è cattivo.

Il problema, qui, sta nel fatto che, secondo Shirky, gli affari globali oggi si decidono in base alle esigenze di «Internet», mentre in realtà la situazione è assai più complessa. Una discussione sull'interesse nazionale tra quella rete transglobale che è (era?) WikiLeaks e il governo degli Stati Uniti ha avuto luogo, di fatto. Anzi, secondo alcune fonti piuttosto attendibili, WikiLeaks offrì al dipartimento di Stato l'opportunità di rivedere i messaggi diplomatici e di evidenziare le parti da espungere, un'offerta che la cattiva e confusionaria gerarchia del dipartimento di Stato sembrerebbe aver declinato (Mark Stephens, uno dei tanti ex avvocati di Julian Assange, ha affermato che due messaggi, in particolare, furono tolti dal mazzo su richiesta del governo). ⁶⁹ Lo stesso Assange si lamenta spesso di come il governo statunitense abbia ostacolato la sua rete estremamente mobile, diffusa e transnazionale anche grazie al fatto che Washington può intervenire – non direttamente, ma con la sua persuasione – sugli intermediari, dagli operatori di carte di credito ai fornitori di tecnologie, che rendono possibile tale rete. Ammesso che esista un caso esemplare sulla morte delle gerarchie e sull'avvento dell'età delle reti transnazionali, di certo non è quello di WikiLeaks.

Sarebbe scorretto asserire che l'attuale credibilità di cui godono le modalità orizzontali e connesse dell'organizzazione politica sia da attribuire esclusivamente all'internet-centrismo. Un rapido sguardo ai campi della storia, dell'economia e dell'ecologia mostrerebbe che la predilezione per le soluzioni orizzontali si è sviluppata molto prima, e non necessariamente come filosofia coerente, bensì come reazione agli odiatissimi metodi gerarchici di governo. Le reti digitali hanno semplicemente fornito una parvenza di infrastruttura in cui i metodi orizzontali nella gestione amministrativa possono finalmente realizzarsi.

Ancora una volta, però, queste nuove potenzialità potrebbero essersi imposte come soluzioni preferenziali per qualsiasi problema organizzativo, anche quando il compito da svolgere richiede una struttura più verticale e gerarchica; a poco a poco i movimenti di riforma sono giunti ad accettare questo orizzontalismo come un'opzione sempre e comunque preferibile. Proprio a questo si riferisce il sociologo David Harvey quando lamenta che «purtroppo ... oggi l'idea di gerarchia è una specie di tabù per molti segmenti dell'opposizione di sinistra. Il feticismo per una preferenza organizzativa (l'orizzontalità pura, per esempio) troppo spesso si frappone all'esplorazione di soluzioni adeguate ed efficaci». ⁷⁰

I leader, come le gerarchie, sono considerati un peso, qualcosa che «Internet» ha eliminato, con l'unico effetto di rendere più efficace la lotta politica. Alec Ross, funzionario veterano del dipartimento di Stato che sovrintende alle questioni della tecnologia e dell'innovazione, nutre un grande ottimismo rispetto alla cosiddetta «Primavera araba». «Se si hanno in mente gli eroi rivoluzionari del passato – che si tratti di Lech Wałęsa in Polonia, di Václav Havel in Cecoslovacchia o di Nelson Mandela in Sudafrica – non si vedono figure analoghe nelle rivoluzioni che si stanno verificando ora in Medio Oriente, e ciò dipende in parte dal fatto che Internet ha disseminato la leadership». ⁷¹ Non potrebbe invece dipendere dal fatto che il governo di Hosni Mubarak aveva sistematicamente incarcerato e torturato i suoi oppositori, spesso con la tacita approvazione di Washington? Ross non si pronuncia.

Persino chi ha partecipato alla rivoluzione sembra credere all'illusione secondo cui «Internet» avrebbe capovolto tutte le verità politiche prima vigenti. Wael Ghonim, il dirigente di Google che è diventato uno dei volti pubblici della rivolta giovanile in Egitto, scrive che «la rivoluzione di vecchio tipo aveva bisogno di un leader. Nella nostra rivoluzione, invece, e in altre rivoluzioni che hanno avuto luogo nel mondo arabo, abbiamo avuto movimenti senza leader. Ognuno forniva il proprio contributo». ⁷² Questi, come si vede, sono gli stessi termini con cui in genere viene descritta Wikipedia. E «Internet», infatti, è la metafora operativa di Ghonim ha dichiarato in un'intervista rilasciata all'inizio del 2012: «È la stessa differenza tra il Web 1.0, dove buona parte di Internet consisteva di contenuti che gli utenti si limitavano a leggere e a guardare, e il Web 2.0, in cui gli utenti hanno cominciato a comunicare e a collaborare sui contenuti. Nella rivoluzione 2.0, non c'è un leader: tutti possono esserlo». Ecco un uomo che vive e respira internet-centrismo. ⁷³

Questa logica funziona soltanto se si presume che la rivoluzione si sia compiuta con la deposizione di Mubarak. Se si osserva la situazione più a lungo termine – senza confondere la fine della sollevazione con la fine della rivoluzione vera e propria – non è affatto evidente che queste rivoluzioni senza

leader rappresentino uno sviluppo positivo. Lo sviluppo degli eventi in Egitto ha messo in evidenza l'immensa ingenuità del pensiero di Ghonim. Schiacciata tra una gerarchia – quella dell'esercito – e un'altra – la Fratellanza Musulmana –, la gioventù liberale e filo-occidentale, con la sua incrollabile fiducia nel fatto che la politica è come Wikipedia, è rimasta essenzialmente esclusa dalla dinamica politica. Inoltre, l'assenza di una leadership chiara e di obiettivi condivisi ha ulteriormente frammentato questa «rete», tanto che i suoi rivali non hanno dovuto neanche faticare troppo. Così Hazem Kandil, socio-politologo ed esperto di questioni egiziane, scriveva su «Dissent» più di un anno dopo la Primavera araba: «Finché i rivoluzionari non riusciranno a organizzarsi e a incoraggiare i loro connazionali a fare scelte difficili, a correre dei rischi e ad accettare l'instabilità nel breve termine, ci saranno ben poche speranze che il popolo riesca a trasformare la sua coraggiosa sollevazione in una rivoluzione compiuta». ⁷⁴

Qualche esponente del movimento giovanile ha tardivamente compreso il problema di essere una rete in lotta contro due potenti gerarchie. Come ha dichiarato Ahmed Maher, un leader del Movimento 6 Aprile, al «New York Times» nel giugno 2012, «noi siamo la scintilla che incendierà il mondo: sappiamo come dar fuoco alle cose. ... Ma soltanto quando saremo un'entità forte capace di stare in piedi da sola – un domani, quando saremo in grado di formare un governo – diventeremo una vera alternativa. Non abbiamo capito che i media non sono un'alternativa alla lotta nelle strade». ⁷⁵ Secondo Maher, la costruzione di questa alternativa – un movimento politico reale che sappia trascendere i limiti di una rete – è l'obiettivo che il suo gruppo si è posto per i prossimi cinque anni. «Internet» avrà anche reso possibili le rivoluzioni della Primavera araba, ma «Internet» – o, perlomeno, la fede cieca e acritica nella superiorità delle reti decentrate e orizzontali – sta impedendo a quelle stesse rivoluzioni di giungere a compimento.

Tecnoescapisti contro tecnorazionalisti

La confusione politica dei geek non si esaurisce nei loro piani utopici per sbarazzarsi di importanti intermediari e smantellare le soffocanti gerarchie. Una tendenza altrettanto nefasta è quella di rinunciare del tutto alla politica e sperare che la tecnologia – soprattutto «Internet» – possa liberarci dei problemi che la politica non sa più risolvere o, in una versione più moderata, rimpiazzare i politici e la politica con i tecnocrati e la mera amministrazione. La prima versione è quella dei «tecnoescapisti», secondo i quali la tecnologia, rappresentata da «Internet», può rendere obsoleta la politica; la seconda è quella

dei «tecnorazionalisti», per i quali la tecnologia e «Internet» possono ridimensionare l'aspetto politico della politica per amplificarne la dimensione tecnocratica. Entrambe queste posizioni sono estremamente pericolose.

Il portavoce più in vista dell'ala tecnoescapista è l'investitore di origini tedesche Peter Thiel, che ha costruito la sua fortuna con PayPal e come primo investitore esterno in Facebook. ⁷⁶ Thiel è davvero un tipo strano: sedicente libertario e finanziatore di buona parte della campagna presidenziale di Ron Paul, presiede anche il consiglio di amministrazione di Palantir, società leader nella raccolta di intelligence e nelle tecniche di data mining che lavora soprattutto con gli ambienti del dipartimento della Difesa americano, ambienti che libertari puri come Ron Paul vorrebbero smantellare.

Palantir è tra i principali fautori del governo aperto e ha finanziato la Sunlight Foundation, che è tra i portabandiera di questa battaglia. Il fatto che Palantir soddisfi in particolare le esigenze della comunità dell'intelligence, principale responsabile della cultura della segretezza governativa in America, non inficia minimamente il suo impegno per l'«apertura del governo». Potrebbe sembrare strano, ma non lo è: un video sul canale YouTube di Palantir spiega come utilizzare i database per il «governo aperto» organizzati dalla Sunlight Foundation all'interno dei propri software open-source specializzati nella raccolta di informazioni. ⁷⁷ Si noti la sfumatura ironica: la battaglia per il «governo aperto» fornisce all'industria dell'intelligence dati più raffinati, che poi rafforzano i principali nemici dell'apertura del governo.

Thiel, però, non è nuovo a certe controversie. Ha suscitato molta attenzione sui media per il sostegno dato a cause donchisottesche. Una delle sue iniziative più discusse è consistita nell'offrire 100.000 dollari ciascuno a giovani disposti ad abbandonare gli studi universitari per realizzare le loro idee imprenditoriali, perlopiù caratterizzate da risvolti sociali. Questo è soluzionismo al massimo grado: i problemi del mondo sono ritenuti tanto urgenti, e le tecnologie a nostra disposizione così potenti, che sarebbe imprudente aspettare qualche altro anno finché questi giovani si saranno laureati. Un'altra strampalata iniziativa di Thiel è quella di sostenere comunità permanenti e autonome insediate su piattaforme in mezzo all'oceano, dove i geek possono lavorare, vivere e sperimentare al di fuori della giurisdizione dello Stato. A tale scopo, ha donato più di un milione di dollari per finanziare il Seasteading Institute, diretto dal nipote di Milton Friedman, Patri, impegnato nella costruzione di una zona affrancata dal governo a 320 chilometri al largo di San Francisco, dove le leggi degli Stati Uniti – da quelle sul controllo delle armi ai regolamenti edilizi – non sono più valide. Perché tutto questo impegno? Forse, come ha suggerito un'acuta osservatrice, «perché il primo posto in cui alla maggior parte di noi verrebbe in mente di

sperimentare con regolamenti edilizi meno rigidi è a 320 chilometri dalla costa». ⁷⁸

In un saggio del 2009 scritto per il Cato Institute, un think tank di ispirazione libertaria, Thiel spiegava perché il suo genere di tecnoescapismo sarebbe una cosa seria: «Di questi tempi, il grande compito dei libertari consiste nel trovare una via di fuga dalla politica in tutte le sue forme: dal totalitarismo e dalle catastrofi fondamentaliste come dal *demos* acefalo che guida la cosiddetta “democrazia sociale”». ⁷⁹ Perciò, scrive, «la questione cruciale diventa quella dei mezzi, del come fare per fuggire non attraverso, bensì oltre la politica. ... Il modo scelto per la fuga deve comportare una qualche procedura nuova e finora mai sperimentata che ci conduca in una terra inesplorata; per questa ragione ho concentrato i miei sforzi su nuove tecnologie che possano creare un nuovo spazio per la libertà». ⁸⁰ Thiel prosegue spiegando in che modo il cyberspazio può costituire un tale spazio, facendo notare come «alla fine degli anni Novanta la pionieristica concezione di PayPal si concentrò sulla creazione di una nuova valuta mondiale, libera da qualsivoglia controllo o intervento governativo: la fine della sovranità monetaria, insomma». ⁸¹

Considerata in astratto, in effetti, PayPal sembra realizzare il sogno del tecnoescapismo: finalmente la gente non sarà più legata alle banche e agli Stati, e potrà impegnarsi in tutte le transazioni che desidera. D'altra parte, ciò è vero solo se si ammette che piattaforme come PayPal operino in un vuoto di potere assoluto, completamente immune alle pressioni che i paesi, le istituzioni e le gerarchie possono esercitare sui soggetti implicati nelle transazioni e persino sulla stessa PayPal: questa piattaforma potrà magari ovviare alla necessità teorica dell'esistenza delle banche, ma i suoi investitori avranno pur sempre bisogno di una banca dove incassare gli utili derivanti da PayPal, sicché non si ha, qui, alcuna «tecnofuga».

Si pensi al ruolo svolto da PayPal nella saga di WikiLeaks: certo, all'inizio PayPal è stata uno strumento utilissimo per raccogliere fondi da destinare alla causa di Assange, ma non appena WikiLeaks ha preso di mira il governo degli Stati Uniti, PayPal è fuggita via da Assange (congelando il conto di WikiLeaks), più o meno come Thiel vorrebbe fuggire dalla realtà. Analogamente, nel luglio 2012 PayPal ha modificato i criteri per le transazioni con i siti di file sharing, imponendo ai siti web che vogliono usare PayPal di chiedere ai rispettivi utenti una quota di iscrizione per avere la certezza che non trattino file illegali. ⁸² Invece di sovvertire il potere dell'industria dell'entertainment – come potrebbe suggerire la fede di Thiel nel tecnoescapismo – PayPal è diventata un utilissimo strumento per perpetuarlo. La miopia dei geek nelle questioni di potere è semplicemente scandalosa.

Un'altra recente manifestazione di tecnoescapismo compare in *Abundance*, un libro di cui è coautore Peter Diamandis, ricco imprenditore e cofondatore della Singularity University. Quest'ultima è un istituto che promuove l'idea di Ray Kurzweil secondo cui un giorno i computer saranno intelligenti come le persone, le quali da parte loro diventeranno immortali, e la presenta insieme ad alcune altre idee fondamentali del tecnovangelo in modo da renderle facilmente assimilabili, adatte a dirigenti impegnatissimi che non vedono l'ora di pagare la retta da 25.000 dollari prevista dall'università per dieci settimane di corso. (Thiel, convinto fautore della singolarità, ha finanziato anche Kurzweil e difficilmente offrirà finanziamenti agli studenti che abbandoneranno la Singularity University.) Il messaggio fondamentale di *Abundance* è che la tecnologia rende le cose sempre migliori e più abbondanti perché, «se osservate attraverso la lente della tecnologia, sono poche le risorse veramente scarse: più che altro sono inaccessibili». ⁸³ Dunque, ci conviene delegare ai tecnofilantropi come Diamandis la soluzione di tutti i più urgenti problemi del mondo, dalla fame all'autoritarismo, dall'istruzione alla sanità. «La rivoluzione high-tech ha creato una stirpe tutta nuova di tecnofilantropi che impiegano i loro patrimoni per affrontare le sfide globali legate all'abbondanza» scrive. ⁸⁴

Diamandis ci promette un mondo di abbondanza che, in sostanza, non richiederà sacrifici a nessuno, e dato che nessun interesse particolare verrà intaccato, la politica stessa diventerà inutile. Anzi, tutti i problemi potranno essere risolti a livello locale, aggirando gli interessi costituiti: «Nell'odierno mondo iperconnesso, la soluzione di problemi da qualche parte finisce per risolvere i problemi dappertutto» sostiene, in quella che sembrerebbe la più vacua di tutte le affermazioni contenute nel suo libro. ⁸⁵ (Perché l'Armenia e l'Azerbaigian sono ancora in conflitto per il Nagorno-Karabakh se c'è qualcuno nell'Orange County che può risolvere i loro problemi con un paio di tweet? Diamandis non lo spiega.) Il sostantivo «politics» (politica) compare una sola volta, nella URL di un sito web menzionato in bibliografia (foodpolitics.com). Il principio per cui la tecnologia sostituirà la politica, eludendo questioni di distribuzione e allocazione e sostituendole con problemi legati alla produzione e all'applicazione, è uno dei pilastri del tecnoescapismo. I tecnoescapisti non sono neppure sfiorati dal pensiero che, senza politica e senza qualche minaccia di coercizione o di punizione, qualche giocatore – che si tratti di nazioni, imprese o individui – possa rifiutarsi di cooperare o di ridurre la produzione, di installare tecnologie più efficienti o di pagare il giusto prezzo per la distruzione dell'ambiente o dei beni comuni.

Non stupisce, dunque, che *Abundance* abbia pochissimo da dire su problemi come il cambiamento climatico, perché per quanti pannelli solari vengano

installati nelle case della California, questa nobile iniziativa non muterà in nulla il pensiero del Partito comunista cinese sull'importanza della crescita economica, e al diavolo il cambiamento climatico. Come segnala Joe Gertner, giornalista esperto di tecnologie, nella sua recensione del libro di Diamandis uscita sul «New York Times», può darsi che *Abundance* abbia glissato su un problema come il cambiamento climatico «perché per bloccarne gli effetti ci sarà bisogno non solo di una grande spinta tecnologica, bensì anche di un complicato lavoro per cambiare il comportamento umano, modificare radicalmente le politiche dei governi e promuovere accordi internazionali. In altre parole, non corrisponde neanche un po' al modello in cui gli autori tendono a inquadrare i problemi, che prevede un approccio individualistico o tecno-filantropico». ⁸⁶ Allo stesso modo, sperare che la distribuzione di tablet o di e-reader possa risolvere i problemi di analfabetismo dell'Africa è un conto, ma convincere i governi a preferire gli e-reader ai libri di testo o alla costruzione di scuole o all'assunzione di più insegnanti è tutt'altro paio di maniche. Il primo è un problema di applicazione; il secondo di allocazione. Non c'è quantità di tecnologia che possa risolvere quest'ultimo problema, perché il dibattito, a questo riguardo, vede in conflitto molte idee diverse su quel che è l'insegnamento e su come i fondi governativi debbano essere distribuiti, idee che hanno poco a che fare con la tecnologia in questione.

A differenza di Thiel e dei tecnoescapisti di stampo analogo, i tecnorazionalisti non vogliono liberarci dal compito di costruire codici; al contrario, da bravi tecnocrati, preferirebbero che tali codici venissero adottati senza troppe inutili consultazioni e dibattiti. La politica, secondo questo paradigma, consiste quasi esclusivamente nella manutenzione delle strade e nel controllo del randagismo. Le questioni politiche vengono ridotte a questioni amministrative, e queste ultime possono essere risolte scientificamente, sicché non c'è bisogno di sprecare tempo a discuterne i meriti, perpetuando così la confusione della dinamica politica. Ecco, dunque, che Jeff Jarvis ci spiega come, «se i geek dovessero prevalere – e prevarranno –, potremmo entrare in un'era di razionalità scientifica nel campo del governo». ⁸⁷ Sean Parker, l'ex presidente di Facebook impersonato da Justin Timberlake nel film *The Social Network*, proclama entusiasta che «nella misura in cui ... i nuovi media avranno un ruolo nel riformare la politica, la riforma avverrà perché ... questi sistemi renderanno la politica molto più efficiente». ⁸⁸

La politica odierna, al confronto, appare di un'inefficienza folle e bisognosa di manutenzione, se non addirittura di sostituzione. Katie Stanton, ex dirigente di Google che ha collaborato per un breve periodo con l'amministrazione Obama e attualmente lavora per Twitter, ha paragonato la sua esperienza a Washington a

quella di «un vegetariano intrappolato in una fabbrica di würstel». ⁸⁹ Il suo ex capo a Google, Eric Schmidt, sferza Washington definendola «un’opprimente macchina protettiva [in cui] le leggi vengono scritte dai lobbisti» ⁹⁰ (questo sentimento antilobbistico, chissà come mai, non ha impedito a Google di espandere rapidamente le proprie attività lobbistiche a Washington, DC).

Molti geek si mostrano insofferenti nei confronti della politica perché pensano che non comporti altro che chiacchiere. Per loro, la discussione è il cancro nel corpo della democrazia moderna, e credono che sarebbe molto più utile sostituire le chiacchiere con l’azione, con il fare, perché tutto questo chiacchierare serve a poco o a nulla. In fondo, dalle sedute delle commissioni non è mai uscita una bella app. E allora Beth Noveck, predicatrice del governo aperto e autrice di *Wiki Government*, ci dice – con un gergo molto simile a quello amato dagli amministratori – che «è tempo di ripensare la legittimità della partecipazione attenuata in un piccolo numero di istituzioni rappresentative». ⁹¹ Capito?

Il vero significato di questo costrutto sintattico così involuto diventa chiaro più avanti, nel corso del libro, dove l’autrice spiega che «l’ambiente digitale offre nuovi modi per impegnarsi nello scambio pubblico di ragionamenti. Con nuovi strumenti, la gente può “parlare” attraverso mappe e grafici condivisi, anziché nelle riunioni». ⁹² Mappe e grafici sono molto meglio dei dibattiti e delle riunioni! Di conseguenza, Noveck lamenta che «gran parte del lavoro nel punto di intersezione tra tecnologia e democrazia si è concentrato sul modo di creare dialoghi demograficamente rappresentativi. L’attenzione si concentra sulla discussione, non sulla collaborazione; sulle parole, anziché sui fatti; sulle informazioni, non sulle decisioni». ⁹³ Questa è una concezione alquanto deprimente del cosiddetto «wiki government»: invece di articolare le loro rimozioni e preoccupazioni, i cittadini avranno l’opportunità di contribuire alla mappatura del loro quartiere, alla maniera di Wikipedia. La politica è fuori moda; ora è in voga la tecnologia. Compileremo alcuni moduli online per dire al governo quali bucheappare nelle strade, ma non sarà mai in questione se i lavoratori hanno bisogno di un salario più alto o se noi abbiamo davvero bisogno di strade migliori.

Ancora più forte è il sentimento antipolitico – se non addirittura antidemocratico – che si registra nell’opera di Parag Khanna, l’*enfant prodige* della geopolitica, che si è da poco reinventato come profeta della tecnologia. In *Hybrid Reality*, scritto insieme alla moglie, Khanna ipotizza che non solo i dibattiti bensì le stesse elezioni dovrebbero scomparire per consentire ai metodi di amministrazione tecnocratici di diffondersi incontrastati. Fondandosi sulla teoria della generatività di Jonathan Zittrain – l’internet-centrismo rialza la testa fornendo appoggio alle peggiori assurdità sui problemi della governance –

Khanna scrive, nello stile eufemistico del politburo cinese, che «si può concepire un sistema di governance generativo che garantisca stabilità e, nel contempo, un cambiamento positivo». ⁹⁴

Ma che accidenti significa tutto questo? Be', per Khanna «cambiamento positivo» significa che «l'uso della tecnologia per deliberare su questioni di rilevanza nazionale, per fornire servizi pubblici e per raccogliere il feedback dei cittadini può in definitiva essere una forma più autentica di partecipazione diretta rispetto a un sistema rappresentativo indiretto fondato su elezioni poco frequenti». ⁹⁵ Insomma, prosegue, «non possiamo aver paura della tecnologia quando l'alternativa è l'inutile populismo di argentini, ungheresi e thailandesi mascherato da democrazia. Sono proprio queste democrazie mal funzionanti le prime candidate al superamento da parte di tecnocratie meglio organizzate, che probabilmente finiranno per recare benefici alle popolazioni». ⁹⁶ Ed ecco la conclusione: «Posto che la Cina possa essere di esempio per l'Occidente nell'ambito del governo, lo è per via della consuetudine di ricorrere a “tecnocrati a termine”». ⁹⁷

A sentire queste voci, più che di «wiki government», sembra si tratti di «wicked government» (governo cattivo). Il dibattito e la deliberazione sono messi a tacere: tecnocrati e amministratori hanno carta bianca; questioni profondamente politiche e decisive per la vita delle persone vengono trasformate in problemi di mera efficienza. I politici, com'è ovvio, suscitano odio in quanto promotori di ideologie di parte. La migliore espressione del disgusto dei geek per la politica e dell'estremo rispetto che nutrono per l'amministrazione la si trova nell'intervista rilasciata da Bill Maris, che è a capo della sezione venture capital di Google. Maris nutre un odio profondo per la politica e vuole a tutti i costi sostituirla con la tecnocrazia.

Pensare alla politica istituzionale mi procura un brivido lungo la schiena. Gli ingranaggi devono muoversi tutti insieme, ed è una cosa lenta e complicata che nessuno capisce. Le grandi cose nella Silicon Valley non vengono ottenute con la politica istituzionale, bensì grazie all'opera di individui che si danno da fare per cambiare il mondo, inventare qualcosa, creare una vita migliore per sé e per i propri figli ... Faccio fatica a trovare, tra la gente per cui nutro amore, fiducia e rispetto, qualcuno che voglia dedicarsi alla politica. Quali sono, infatti, gli incentivi? Di solito, non quelli finanziari – per fortuna – ma non ci sono grandi incentivi neppure per il cambiamento, per incidere in qualche modo ... Ci sono persone che trascorrono tutta la loro vita lavorativa nelle istituzioni e nella politica, mentre io detesterei farlo e perciò mi domando: «La nocciolina è stata spinta avanti di un centimetro, almeno?». È per questo che faccio una distinzione tra politica e istituzioni. Ci sono

persone che fanno un gran lavoro – nelle forze armate, tra chi costruisce ponti, gli ingegneri, al National Institute of Health – a differenza di quel che succede a Washington. E viene da pensare: «Ma questa gente è completamente fuori dal mondo!». ⁹⁸

In questa piccola invettiva c'è tutto: la venerazione per l'individuo eroico, l'imprenditore; il mito della nascita di «Internet» senza significativi interventi delle istituzioni; la definizione delle questioni politiche come problema di adeguati incentivi finanziari (che altro può indurre le persone a impegnarsi in politica, se tutti i politici sono visti come bugiardi?); l'idea secondo cui i politici non farebbero altro che «spingere noccioline» (un centimetro alla volta); la netta distinzione tra politica e amministrazione, e un sano disprezzo per il primo dei due termini.

I tecnocrati e i loro limiti

Qualcuno, forse, poteva pensare che nel secondo decennio del XXI secolo la povertà intellettuale della tecnocrazia e la superiorità della politica fossero verità assodate non più bisognose di difensori. Nel 1902 Winston Churchill, in una lettera inviata a H.G. Wells, ammoniva che «nulla sarebbe più fatale che consegnare il governo degli Stati nelle mani degli esperti. Il sapere degli esperti è un sapere limitato, mentre l'illimitata ignoranza dell'uomo semplice, che sa dove gli duole, è una guida più sicura delle rigorose direttive di qualsiasi persona specializzata». ⁹⁹ È eccessivo aspettarsi dai geek una minima conoscenza della storia?

L'entusiasmo di Jeff Jarvis per un governo di geek improntato alla razionalità scientifica si distingue per la sua totale inconsapevolezza del fatto che progetti del genere sono tutt'altro che nuovi (l'internet-centrismo, come già osservato, ha lo sgradevole potere di riproporre idee vecchie, già scartate e retrograde come fossero inedite, originali e progressiste in virtù della loro pura e semplice associazione a «Internet»). La petizione di Jarvis per un governo di «razionalità scientifica» è davvero tanto diversa dall'idea di Saint-Simon che, nel 1821, sosteneva: «Nel nuovo ordine politico ... le decisioni debbono essere il risultato di dimostrazioni scientifiche del tutto indipendenti dalla volontà umana. ... In questo nuovo ordine noi vedremo scomparire i tre maggiori svantaggi dell'attuale ordine politico, cioè l'arbitrio, l'incapacità e l'intrigo»? ¹⁰⁰

Bernard Crick nel suo *In Defence of Politics*, uscito nel 1962, ha suggerito la critica finora più efficace a questo genere di pie illusioni, e alla loro mancanza di rispetto per l'arbitrarietà, l'incapacità e l'intrigo. «Supponiamo che l'“arbitrario” tanto odiato da Saint-Simon non sia che il prodotto della diversità, che

“incapacità” significhi soltanto il riconoscimento della necessità di certi limiti, che con “intrigo” si voglia indicare il conflitto di interessi contrastanti che si verifica in ogni Stato in cui si goda di una certa libertà ... allora avremo una definizione abbastanza esatta della politica stessa In fondo, ciò che turba i sonni dei sostenitori di una scienza della politica è semplicemente l’elemento di conflitto che accompagna la politica ordinaria, mentre ciò che li entusiasma è il prestigio della scienza e la sua pretesa capacità di ridurre tutto a “unità”.» ¹⁰¹ L’idea che sottende l’ultima parte della precedente argomentazione – a proposito dell’unità della scienza – è stata a lungo sottoposta a verifica da parte di una nuova generazione di storici della scienza che, proseguendo il lavoro di Thomas Kuhn sui paradigmi scientifici, ¹⁰² hanno mostrato come le discipline scientifiche si fondino su una sbalorditiva varietà di procedimenti e argomentazioni, e come quella dell’unità sia in gran parte una leggenda. ¹⁰³ L’idea secondo cui, per qualche verso, il conflitto sarebbe un male per la politica suscita ancora più sospetti. C’è così tanto conflitto in politica per la semplice ragione che le persone dotate di libertà di scelta saranno portate a perseguire programmi tra loro in conflitto. L’arbitrarietà della politica che Saint-Simon condanna deriva dal fatto che nelle società veramente libere ci sono poche limitazioni per quanto riguarda le libertà cui si può aspirare. Di per sé, nessun algoritmo o insieme di leggi potrà mai essere incaricato di risolvere i conflitti e gli scontri che ne derivano. Saint-Simon aveva una serie di interessanti soluzioni ai problemi da lui identificati – non valide quanto «Internet», ma abbastanza valide –, senonché quelli che lui considerava «problemi» non erano affatto tali.

Se si pensa che Crick scriveva all’inizio degli anni Sessanta, bisogna ammettere che era abbastanza lucido da comprendere che la tecnologia non era altro che una raccolta di manufatti e sistemi; può tuttavia anche rappresentare uno stile di pensiero da invocare per riformare la politica e per mondarla dall’imperfezione, una dottrina in grado di «salvare l’umanità dalla mancanza di certezza e dall’eccesso di compromessi della politica». ¹⁰⁴ La chiave di questa dottrina, scriveva Crick, era la convinzione che «una volta che si siano capite le tecniche del potere e della produzione, diviene possibile “manipolare” razionalmente tutta la società». ¹⁰⁵ In altre parole, Crick è un antesignano della critica al soluzionismo; anche lui aveva il suo motivo di irritazione, il suo internet-centrismo, noto sotto il nome di «scientismo».

Molti studiosi della tecnocrazia riprendono le conclusioni di Crick. A questo proposito, come scrive il sociologo francese Jean Meynard nel suo studio sui tecnocrati in Francia, «una delle componenti più importanti della mentalità del tecnico è la sua fiducia nel fatto che l’analisi razionale e l’interpretazione dei fatti siano in grado di ottenere l’unanimità dei consensi, almeno tra gli uomini di

buona volontà. Il tecnico convinto di essere giunto alla piena comprensione di una questione resta sempre sorpreso e spesso offeso quando incontra una qualche opposizione alle sue teorie e, inevitabilmente, è tentato di attribuirle a ignoranza o a malafede». ¹⁰⁶ Quando i benefici della soluzione proposta da qualcuno sono così evidenti, come è possibile che la gente non li riconosca?

La tesi di Meynard secondo cui i tecnocrati credono di avere un migliore accesso alla verità e considerano chi è in disaccordo con loro alla stregua di un mentecatto, può aiutarci a spiegare, tra l'altro, lo sbalordimento di Google di fronte alla massiccia opposizione al suo tentativo di passare allo scanner tutti i libri del mondo. Ecco come lo descrive Douglas Edwards, manager del marchio Google dal 1999 al 2005: «Per Larry [Page] e Sergey [Brin], la verità era spesso di per sé evidente e inattaccabile. L'altrui incapacità di riconoscere la verità non la rendeva meno assoluta. È ovvio che è una buona idea quella di rendere disponibile per il maggior numero possibile di persone la maggiore quantità di informazioni possibile. È ovvio che nei libri sono contenute molte informazioni preziose. È ovvio che aiutare la gente a trovare queste informazioni è un bene. Ed è ovvio anche che un autore ne trae beneficio solo se la gente trova che il suo libro contiene informazioni utili. Non ci sono sfumature di grigio su questo punto. La verità, in fin dei conti, è una funzione binaria». ¹⁰⁷

Ma siamo sicuri che la verità sia una funzione binaria? Potrebbe anche essere, se si è così arroganti da presupporre che i propri valori e interessi siano gli unici valori e interessi «corretti». Il pensiero tecnocratico vede il pluralismo come un nemico, non come un alleato, ossia – nel gergo dei geek – è un *bug*, un difetto, non una caratteristica. Come osservano due studiosi della tecnocrazia, il suo assunto fondamentale «è che le divergenze si verificano non perché le persone debbano necessariamente essere in disaccordo, bensì perché sono male informate». ¹⁰⁸ Il paradosso è che, mentre la tecnocrazia è a sua volta un'ideologia, i tecnocrati fanno di tutto per smentire le insinuazioni secondo cui sarebbero spinti da qualcosa di diverso dal pragmatismo e dalla ricerca dell'efficienza.

Purtroppo, l'attacco portato da Crick al pensiero tecnologico ha ricevuto meno attenzione di altri attacchi analoghi lanciati da alcuni altri suoi contemporanei: vengono alla mente gli attacchi condotti da Jane Jacobs contro l'urbanistica poco fantasiosa, da Isaiah Berlin contro il «procustismo», da Friedrich von Hayek contro la pianificazione centralizzata dell'economia, da Karl Popper contro lo storicismo e da Michael Oakeshott contro il razionalismo. ¹⁰⁹ Molte di queste importanti critiche all'arroganza e alla presunzione degli urbanisti e dei riformatori sono accomunate da un tema: c'è qualcosa nell'esperienza di vivere nella polis con altri esseri umani che risulta essenzialmente irriducibile a un

linguaggio di formule e alle tecniche di ottimizzazione. Il pensiero e la discussione sono inevitabili: neppure gli algoritmi più sofisticati potranno risparmiarci questa fatica o, quantomeno, non senza impoverire la nostra cultura politica.

La mentalità dell'odierno riformatore, insomma, così come la sua disposizione critica, rientra in una vasta tradizione intellettuale; «Internet», qui, non è che un facilitatore e uno scaltro mascheramento di impulsi e tendenze che esistono da molto tempo. Tuttavia, sarebbe inutile negare che gli ultimi due decenni hanno anche sprigionato un'ondata di innovazioni senza precedenti e hanno dato luogo alla proliferazione di un'infinità di nuovi modi per riformare la politica.

Le buone intenzioni, quand'anche agghindate con allettanti rimaneggiamenti, non giustificano l'ingenuità. Quel che non è cambiato da quando Crick pubblicò la sua critica del pensiero tecnologico è il fatto che riformare la politica senza prima farsi un'idea precisa di quel che è e di ciò a cui serve continua a essere un'impresa assai pericolosa. O, in termini più netti, agire da stupidi non è mai costato così poco. Il pensiero politico, così come la moralità pubblica, è qualcosa che dev'essere coltivato: non lo si trova in natura, neanche tra i geniacci della Silicon Valley. Come ha detto ottimamente Miguel Angel Centeno, sociologo di Princeton, nel suo studio del 1993 sulla mentalità tecnocratica, «se gli esperti laureati possono aiutare i nostri moderni leviatani a costruire società in cui le nostre vite saranno più lunghe e meno sgradevoli, non c'è motivo di sospettare che tale sapere possa impedire loro di rendere la nostra esistenza ancora più bestiale». ¹¹⁰

*
— Campione di football americano incriminato per aver organizzato combattimenti clandestini tra cani.

I rischi del controllo algoritmico

Sì, Internet favorisce la democrazia nel senso che le apparecchiature a buon mercato favoriscono la democrazia. Ma il solo fatto che un pallone costi poco e che chiunque possa prenderlo a calci, non significa che tutti siano Ronaldo.

FRANNY ARMSTRONG, documentarista britannica ¹

Vi ricordate i «libri»? Un libro è, in sostanza, come migliaia di tweet stampati e rilegati tra due pezzi di cartone.

ADRIAN CHEN ²

Joel Whitney, quando era caporedattore di una rivista accademica online chiamata «Guernica», ³ ricevette un'e-mail da Google che lo sorprese non poco. «Guernica» è una rivista di politica, letteratura e arte che pubblica un'ampia varietà di autori, da Noam Chomsky a Amitav Gosh, da Amartya Sen a Meghan O'Rourke. Non è certo l'ultimo degli anonimi account di Tumblr, ma neppure un sito letterario che goda di chissà quali sontuose donazioni; per certi versi, fa grandi cose, ma con pochissime risorse.

L'e-mail di Google desiderava informare che l'iscrizione di «Guernica» a AdSense – un programma di Google che consente ai siti registrati di guadagnare denaro passando pubblicità generata automaticamente sulla base del contenuto del sito e di chi lo frequenta – era stata revocata. Per un sito come «Guernica», con meno di 500.000 pagine visitate al mese, AdSense era una fonte di reddito piccola ma costante, per uno dei tanti effetti positivi e poco visibili che Google ha avuto sul mondo della letteratura.

L'e-mail peccata di Google era dovuta a un racconto intitolato *Early Sexual Experiences* (prime esperienze sessuali), apparso alcune settimane prima in un numero di «Guernica» dedicato alla scrittura autobiografica innovativa e curato dall'acclamata autrice Deb Olin Unferth. Il racconto in questione – scritto dal non meno famoso Clancy Martin, che ha pubblicato anche sul «New York Times» e su «Harper's» – era un resoconto in prima persona (1500 parole), appunto, delle prime esperienze sessuali, in cui si parlava, tra l'altro, di masturbazione e perdita della verginità. Google – o, per meglio dire, i suoi

algoritmi bigotti – hanno segnalato il racconto come inappropriato, ritenendo che violasse le proprie norme etiche. Gli algoritmi di Google, insomma, avevano giudicato che «Guernica» fosse pornografia, e la compagnia si è attenuta al loro giudizio.

Non appena «Guernica» fu informata della decisione, le pubblicità di Google sul sito sono state bloccate. Esiste la possibilità di presentare ricorso, ma nel caso di «Guernica» non ha portato a nulla. Whitney racconta che «anche dopo aver consultato un amico – un sostenitore che aveva partecipato alla nostra sottoscrizione dell’anno precedente, nonché dipendente di Google, secondo il quale tutto dipendeva dalle decisioni degli algoritmi – Google ha respinto il ricorso». ⁴ Quale altro piccolo editore online si azzarderà più a pubblicare un memoir come quello di Clancy Martin, se questo significa dover rinunciare a un flusso costante di denaro?

Quello di «Guernica» non è un caso isolato. Verso la fine del 2011 Omoyele Sowore, un nigeriano in esilio a New York, ha ricevuto da Google un’e-mail analoga. ⁵ Sowore gestisce un sito web chiamato Sahara Reporters, che pubblica sia articoli redazionali sulla situazione in Nigeria sia servizi forniti da una rete di cittadini-giornalisti presenti sul posto. Uno di questi servizi aveva per oggetto le violenze della polizia nella regione e conteneva una serie di foto raccapriccianti. Gli algoritmi di Google hanno giudicato troppo violente quelle immagini e hanno informato Sowore di aver sospeso l’iscrizione del suo sito a AdSense. Agli appelli ricevuti, Google ha risposto con il silenzio. Solo dopo l’intervento di un membro di alto profilo del Committee to Protect Journalism è giunta la disponibilità di Google – che forse presagiva la pubblicità negativa che gliene sarebbe derivata, se la storia fosse stata divulgata con clamore dalle ONG più attive in favore della libertà di espressione – a rivedere il trattamento riservato a Sahara Reporters.

A un livello superficiale, i due casi citati non sembrano poi tanto controversi. In fondo, Google è una società privata e può gestire i propri affari pubblicitari come meglio crede, ed è inevitabile che ci siano persone decise a sfruttare il suo sistema di pubblicità per fare soldi con attività illegali. Ai siti che promuovono la violenza etnica o la pedofilia non dovrebbe essere permesso di fare soldi con l’aiuto di Google. Qui, dunque, ciò che preoccupa non è il fatto che Google selezioni coloro con cui fa affari. E neppure l’approccio bigotto di Google nei confronti della narrativa innovativa, anche se, si presume, James Joyce non avrebbe fatto tanti soldi con Google AdSense se avesse pubblicato il suo *Ulisse* a puntate su un blog. E non è in questione neanche il fatto che Google affidi agli algoritmi certe importanti decisioni. La cosa veramente desolante, qui, è l’insistenza di Google sulla presunta neutralità e obiettività dei suoi algoritmi.

Invece di riconoscere che potrebbero avere difetti e pregiudizi da correggere, Google si comporta come se l'intervento umano nella revisione del lavoro affidato agli algoritmi equivalesse alla rinuncia a qualsiasi fiducia nell'intelligenza artificiale nel suo complesso.

La riluttanza di Google a riconoscere che i suoi algoritmi possono a volte funzionare male consente alla società di Mountain View di eludere una quantità di spinosi problemi etici insiti nella sua attività. Si pensi a Google Autocomplete, un utile strumento che propone svariati modi di concludere la chiave di ricerca dopo che se ne sono digitati i primi caratteri. Sulla base di ciò che altri utenti hanno ricercato in passato, Autocomplete può prevedere che, se voi digitate «Roma non fu», finirete probabilmente per completare con «fatta in un giorno». Perché non risparmiarvi quei pochi secondi che servono a digitare la frase per intero? Perché non permettere agli utenti di fare economia del loro tempo prezioso, visto che molte delle loro chiavi di ricerca sono simili?

Purtroppo, però, non siamo soltanto clienti della biblioteca di informazioni di Google, siamo anche protagonisti di molti suoi libri. E questi libri continuano a cambiare, perché Google continua a trafficare con i propri algoritmi e ad aggiungere nuove caratteristiche. Una conseguenza indiretta di un servizio come Google Autocomplete è che tutti possono vedere quali tipi di ricerche sono più frequenti su un dato argomento. Se digito su Google «Britney Spears è», Autocomplete mi offre quattro suggerimenti in base a come la maggior parte degli altri utenti ha completato questa chiave di ricerca. Insomma, altri utenti avevano chiesto se Britney fosse una «hot mess» (disastro sexy), se fosse «morta» o «brutta», o ancora – la mia opzione preferita – un'«aliena a tre teste» (approfondendo, ho poi scoperto che si tratta del titolo di un libro ^{*}).

Britney Spears è un personaggio pubblico, e la controversia qui appare quanto meno opinabile. Supponiamo però che un vostro nemico, in un tentativo deliberato di rovinarvi la reputazione, cominci a pagare utenti di Google affinché facciano ricerche sul vostro nome seguito dalla parola «pedofilo». Un esercito di volenterosi collaboratori, reclutati attraverso siti come Craigslist o il Mechanical Turk di Amazon, generano un volume di ricerche sufficiente a spingere questa chiave di ricerca più in alto di altre, più positive, associate al vostro nome. A quel punto, chiunque faccia una ricerca con il vostro nome verrà anche informato del fatto che potreste essere un pedofilo, e tenete presente che non potete appellarvi a Google, perché lì sono gli algoritmi a decidere, e gli algoritmi non sbagliano mai.

È difficile stabilire se Bettina Wulff, ex first lady tedesca, sia stata vittima di un tipo di attacco del genere, attuato mediante crowdsourcing, ma è certo che nel settembre 2012 ha denunciato Google perché il motore di ricerca completava

automaticamente le ricerche sul suo nome con termini come «prostituta» e «escort». ⁶ Quello di Wulff è solo uno dei tanti contenziosi che il gigantesco motore di ricerca si trova a dover sostenere. Google, ribadendo che i suoi algoritmi offrono un accesso oggettivo e immediato alla Verità, continua a incappare in problemi legali in Europa e in Asia, dove ha già subito diverse condanne in tribunale. Le denunce provengono in genere da persone o istituzioni irritate che trovano i loro nomi associati a ogni sorta di orribili epiteti e insinuazioni. In Giappone, Google ha dovuto modificare i risultati forniti come completamento automatico dopo che un cittadino aveva protestato perché il suo nome veniva collegato a reati che non aveva commesso. ⁷ Analogamente, in Francia, a Google è stato imposto di modificare i risultati del completamento automatico perché il querelante vi figurava come «satanista» e «stupratore». ⁸ Google ha perso una causa simile anche in Italia.

Nella quasi totalità di questi casi, Google invoca la neutralità dei propri algoritmi e sostiene che i risultati del completamento automatico rispecchiano semplicemente le chiavi di ricerca già usate da altri. Come ha detto un portavoce dell'azienda in risposta a una delle denunce, «riteniamo che Google non debba essere giudicata responsabile per i termini che compaiono come completamento automatico, perché questi sono predeterminati da algoritmi informatici basati su precedenti ricerche di altri utenti, non da Google in quanto tale». ⁹ Google, ovviamente, sa che i suoi algoritmi possono essere manipolati: nel 2010 un esperto di marketing su Internet, tale Brent Payne, si rivolse alla manodopera a basso costo presente sul Mechanical Turk di Amazon offrendo una piccola quantità di denaro a chi avesse accettato di fare le ricerche da lui richieste. ¹⁰ L'effetto di questa sua scaltra manipolazione fu che chiunque digitasse «Brent P» su Google vedeva comparire, tra i suggerimenti del completamento automatico, la frase «Brent Payne manipolato da Brent Payne». Il trucco ha funzionato, finché Payne non ha reso pubblico il suo esperimento.

Non tutte le vittime del completamento automatico di Google porterebbero il grande motore di ricerca in tribunale. Oltretutto, non è immediatamente chiaro in che modo una prassi diversa e più umana potrebbe risultare nociva (se non, forse, per la tesi di fondo di Google). Non è una questione che tocchi davvero la libertà di espressione, perché nessuno chiede a Google di rimuovere informazioni offensive dal suo indice delle ricerche; se esistono, le pagine che contengono le accuse vere e proprie saranno sempre reperibili. Google, però, potrebbe intervenire, per esempio, per evitare che compaiano suggerimenti negativi – con cose tipo «idiota» o «Satana» – al momento della ricerca: chi vorrà fare una ricerca con la chiave «John Smith è cattivo» può digitare l'intera chiave: perché fargli risparmiare tempo? Questo, anzi, è già l'approccio che

Google adotta nei confronti dei siti di file sharing. Se volete che Google vi fornisca link che provengono, poniamo, da The Pirate Bay – la famosa piattaforma per lo scambio di contenuti piratati ¹¹ –, Autocomplete di Google non darà suggerimenti: dovrete digitare l'intera chiave di ricerca.

In alternativa, Google potrebbe far sì che le imprese e gli individui possano gestire la propria identità online e scegliere quali suggerimenti negativi sul proprio conto vogliono cancellare. O, almeno, trovare un sistema per accogliere i reclami sui suggerimenti, compito ancora più facile ora che Google ha lanciato il suo social network Google+. Questo accorgimento potrebbe essere di particolare importanza per le piccole imprese, che non hanno denaro da spendere per difendere la propria reputazione online: visto che qualunque loro concorrente può rivolgersi a Craigslist o al Mechanical Turk di Amazon per generare nuovi suggerimenti per Autocomplete sul loro conto, una soluzione come questa potrebbe salvare la loro attività (qualcosa di analogo è successo con Google Places, ¹² un altro servizio, ora chiuso, con cui alcune aziende segnalavano che le attività dei loro concorrenti erano «chiuse»: un'informazione che, diffusa via Google, poteva scoraggiare migliaia di potenziali clienti).

Nulla di tutto questo, però, avverrà finché Google insisterà a dire che i suoi algoritmi sono un riflesso oggettivo della realtà. E la retorica degli specchi e dei riflessi è onnipresente nel modo in cui Google si presenta al mondo esterno. Marissa Meyer, che è stata a lungo dirigente di Google per poi passare alla guida di Yahoo!, ha dichiarato a proposito della sua ex azienda: «Stiamo cercando di creare uno specchio virtuale e sempre aggiornato del mondo». ¹³ Alla richiesta di spiegare il ruolo svolto dalle piattaforme digitali nelle rivolte che hanno scosso il Regno Unito nel 2011, anche Eric Schmidt, di Google, ha evocato l'immagine dello specchio. «È un errore guardare lo specchio e cercare di romperlo. Qualunque sia il problema [all'origine delle rivolte], Internet è solo il riflesso di quel problema» ha dichiarato. ¹⁴

Si noti come il riferimento a «Internet» quale forza sociale unitaria e reale consenta a Schmidt di eludere qualsiasi dibattito sensato sugli elementi che la compongono. (In questo campo, Google non è certo solo. Anche a Facebook piace nascondersi dietro questa retorica dello specchio: «Il nostro ruolo nel sistema [è quello] di essere sempre innovativi e aggiornare quel che il nostro sistema deve riflettere quanto alle norme sociali vigenti». ¹⁵) Quella dello specchio, tuttavia, è una ben misera metafora per inquadrare il ruolo di Google nell'odierna sfera pubblica: Google, infatti, non si limita a riflettere, bensì plasma, crea e distorce, e i modi che usa sono tali e tanti da non poter essere ridotti univocamente alla logica di «Internet». Quello che il sociologo Donald McKenzie ha scritto a proposito dei modelli finanziari ¹⁶ vale anche per Google:

è molto più simile a un motore che a una macchina fotografica, nel senso che il modo originario con cui sceglie di presentare e «tagliare» la realtà crea una nuova realtà a tutti gli effetti.

Si faccia un confronto tra gli ingegneri di Google e i giornalisti. Questi ultimi, magari, amano credere di essere gli unici capaci di riflettere o documentare quel che accade nel mondo in senso ampio. Ma è un ingenuo il giornalista che non vede come la sua pratica, in corso d'opera, trasformi la realtà, introducendo nuovi (e spesso inquietanti) incentivi – per esempio, parlare per slogan o enfatizzare le parti più populiste del proprio messaggio – nelle dinamiche politiche. La realtà può essere registrata, d'accordo, ma i giornali, le stazioni radio e i canali TV sono anche sistemi socio-tecnici complessi, in cui migliaia di attori perseguono i propri particolari obiettivi, che spesso hanno poco o nulla a che vedere con la registrazione della realtà in quanto tale.

Una migliore consapevolezza di come la pratica del giornalismo sia limitata dalle varie condizioni del capitalismo moderno – dall'ansia incessante per la sicurezza della carriera personale alla crescente pressione per la produzione di contenuti capaci di sfondare in rete – ci darà probabilmente un giornalismo migliore e più responsabile. Invece di nascondersi dietro l'etichetta dell'«obiettività» e della «neutralità», facendo finta che chiunque ha il tesserino da giornalista condivida automaticamente questi valori, sarebbe molto più utile domandarsi quali siano gli ostacoli – culturali o economici – che impediscono l'affermazione di quei valori. E se «obiettività» e «neutralità» sono ancora da considerarsi utili nella pratica del giornalismo, occorrerà avviare al più presto qualche iniziativa per sostenerle contro qualunque ostacolo.

Google, da parte sua, dovrebbe smettere di nascondersi dietro la retorica degli specchi e dei riflessi, e riconoscere l'enormità del proprio ruolo nella definizione della sfera pubblica, per cominciare a svolgerlo in maniera più responsabile. Essere «obiettivi» è un'impresa ardua; non è qualcosa che avviene naturalmente non appena il lavoro più importante è stato delegato agli algoritmi. I nostri nuovi signori degli algoritmi non dovrebbero proporsi di funzionare come automi etici; solo con l'autoriflessione e l'immaginazione in campo morale potranno essere all'altezza del pesante onere della loro responsabilità civica.

Purtroppo, però, l'attuale impostazione di Google è ben lungi da questo ideale. Steven Levy, di «Wired», nella sua biografia agiografica di Google osserva: «Brin e Page pensavano che se erano gli algoritmi di Google a stabilire quali fossero i risultati migliori – e l'infinità dei click stava a dimostrare che gli algoritmi soddisfacevano gli utenti – chi li autorizzava a mettervi mano?». ¹⁷ Credetemi, hanno fatto proprio così, ma perché Levy non si è preoccupato di indagarne le ragioni? È ora che i giornalisti che scrivono di tecnologia imparino

a controllare i loro impulsi agiografici e comincino a mettere in discussione le narrazioni del «così è» propalate dalla Silicon Valley.

Bisogna spiegare, non prendere per buone, le ragioni per cui Brin e Page credevano una certa cosa oppure un'altra, e in che modo sono riusciti a convincerne quasi tutti. La validità di queste convinzioni non può essere presupposta o data per evidente, come se l'efficienza tecnologica di un algoritmo fosse sufficiente a spiegarne il successo. Come sanno tutti gli ingegneri, ci sono spesso molti modi per ottenere lo stesso obiettivo. Perché questi modi, quand'anche vengano presentati come puramente tecnici e non problematici, non possono essere giustificati con il ricorso a concetti apparentemente universali come l'efficienza? Perché questi concetti si impongono come universali e degni di essere perseguiti? In che modo l'idea di «Internet» influenza il ricorso a questi concetti? Perché lo «specchio» e non, poniamo, il «motore» diventa la metafora prediletta per spiegare Google? Queste sono le domande a cui il nostro dibattito pubblico sulle tecnologie deve cercare di rispondere.

Annegare nel mare algoritmico

Una volta liquidate le eroiche ma insulse storie che i tecnologi raccontano su di sé agli outsider, ci troveremo forse in una posizione migliore per comprendere l'intimo funzionamento delle tecnologie, il loro impatto sulla società e i modi migliori per riformarle e regolarle. La retorica di Google funge da oggetto ideale per questa indagine, e non solo per i suoi continui richiami agli specchi e ai riflessi. Google ama anche invocare parole nobili come «democrazia» per sostenere che il prodotto dei suoi algoritmi non è soltanto obiettivo, ma anche giusto. Perciò, quando spiega perché presenta i risultati delle ricerche alla sua maniera, il sito di Google ci dice che «la democrazia sul Web funziona», ¹⁸ e con ciò intendono dire che tutti hanno voce in capitolo, visto che possono votare per i loro siti web preferiti con link che vengono poi computati dall'algoritmo PageRank di Google al fine di determinare l'ordine in cui devono comparire i risultati.

Il loro concetto di «democrazia» è assai curioso. Innanzitutto, l'idea di uguaglianza su cui si fonda la ricerca di Google è decisamente superficiale: certo, chiunque può votare cliccando dei «link», ma chiunque disponga delle risorse per moltiplicare i link, magari pagando certi siti influenti perché inseriscano un collegamento alle sue pagine o ingannando il sistema attraverso l'ottimizzazione del motore di ricerca, ha molto più potere di chi queste cose non può o non sa farle. È il contrario del principio «una persona, un voto». Nella migliore delle ipotesi, è più simile a un'oligarchia che a una democrazia. Inoltre,

l'algoritmo di Google che stabilisce l'ordine dei link considera come minimo altri duecento fattori – per esempio, la velocità di caricamento del sito – nonché il numero degli altri siti che rimandano a una data pagina. Perché la metafora della democrazia possa funzionare in questo contesto è necessario ridefinire il concetto di «democrazia». La versione kafkiana della democrazia propugnata da Google suona più o meno così: tu entri nella cabina elettorale per esprimere il tuo voto, ma poi scopri che la commissione elettorale valuta anche il tuo gusto in fatto di moda, il tuo accento, le condizioni atmosferiche e molti altri fattori, su cui probabilmente non puoi avere informazioni.

Si pensi a come Google ami evidenziare le proprie credenziali scientifiche per giustificare il suo approccio innovativo e positivo. Non alludo solo al fatto che Google non perde occasione per spacciare la storia delle sue radici che affondano nell'ambiente nerd di Stanford, bensì alla tendenza ad autoincludersi nel più ristretto pantheon delle scienze, dove qualche strappo alla regola può essere concesso e qualche rimprovero risparmiato, perché quel che si persegue è il nobile fine dell'illuminismo. «Siamo scienziati. Quindi, se una cosa funziona, benissimo. Se non funziona, proviamo con qualcos'altro» dichiara Eric Schmidt in un suo tentativo di corroborare la validità dei prodotti di Google – e chi sarebbe così folle da ostacolare la marcia della scienza sostenendo che, forse, alcuni dei suoi prodotti andrebbero modificati? – e di presentare la curiosità di Google e la sua abilità nel testare le cose semplicemente come un'estensione del metodo scientifico. ¹⁹

Ma le scienze hanno naturalmente un codice morale, che è evidente per chiunque abbia mai provato a condurre esperimenti su esseri umani. Molti di questi esperimenti, infatti, devono essere approvati da una varietà di commissioni e consigli istituzionali. Gli scienziati non si sognano di «testare» secondo il loro capriccio: sono costretti a riflettere sulle possibili conseguenze sociali e politiche del loro lavoro, spesso ben prima di entrare in laboratorio. Quale ente di valutazione approverebbe il donchisciottesco piano di Google di mandare una flotta di veicoli a registrare dati privati vaganti tra le reti wi-fi o di lanciare Google Buzz, disastroso tentativo nel campo dei social network che ha finito per compromettere la privacy di molti suoi utenti? Quale istituto di ricerca si accontenterebbe della giustificazione fornita da Sergey Brin – «Non mi era mai sembrata una questione di privacy» – dopo il fallimento dell'esperimento Google Buzz? ²⁰ Be', certo, è per questo che nessuna impresa, tanto meno se ha le dimensioni e il peso di Google, dovrebbe mai «testare» alcunché senza aver prima garantito un rispetto a livello di tutta l'istituzione per i dilemmi etici implicati.

Forse Google è a disagio nella sua nuova posizione di guardiano e controllore

della nostra vita pubblica. È molto probabile che i complessi dilemmi etici non siano ciò di cui in origine intendeva occuparsi. Il suo ethos commerciale è in costante contraddizione con le sue responsabilità pubbliche, e finora il primo ha sempre prevalso. Quando Schmidt afferma di non voler «criticare il consumatore accusandolo di fare cose da idiota. ... Noi vogliamo bene ai nostri consumatori anche se non ci piace quello che fanno», ²¹ è evidente che Google non si illude di essere il successore del «New York Times» o della NPR. Schmidt non parla degli utenti di Google in quanto cittadini; piuttosto li classifica come «consumatori», il che alleggerisce notevolmente il fardello della responsabilità che Google deve caricarsi sulle spalle. I consumatori, in fondo, hanno sempre ragione, anche se a volte sono un po' idioti. Google può pure continuare ad affermare che il suo ruolo civico non esiste; questo non basta a farlo svanire. La difesa della neutralità è una fesseria, e finché Google non lo ammetterà e non troverà un modo responsabile di esercitare i poteri che ha acquisito, gli errori come Google Buzz e come quelli del wi-fi continueranno a ripetersi.

Dobbiamo smettere di pensare ai nuovi filtri e alle pratiche algoritmiche promosse dai nuovi intermediari digitali (e dai loro tifosi dell'élite tecnoculturale) come se fossero aproblematici, oggettivi e di per sé superiori ai filtri e alle pratiche preesistenti. Questi nuovi filtri saranno anche più veloci, più economici e più efficienti, ma la velocità, i costi e l'efficienza hanno un'importanza solo marginale rispetto al ruolo civico che questi filtri e algoritmi eserciteranno nella nostra vita. Se non sottoporremo questi filtri più veloci, economici ed efficienti all'approfondito esame etico che meritano, rischieremo di cadere in una delle tante fallacie del soluzionismo e di entusiasmarci per miglioramenti che riguardano problemi di secondaria importanza, mentre trascuriamo del tutto questioni più scottanti, anche se meno ovvie.

David Weinberger, del Berkman Center di Harvard, sbaglia di grosso quando scrive, a proposito di «Internet», che i suoi «filtri non escludono più. Portano *avanti*, facendo salire i loro risultati verso le prime posizioni. Ciò che non supera un filtro è ancora visibile e disponibile nelle pagine successive». ²² In modo analogo, sostenere (come fa Weinberger) che, «anziché ridurre le informazioni e nascondere ciò che non li supera, oggi [i filtri] accrescono le informazioni e rivelano ciò che giace nelle profondità nascoste» ²³ equivale non solo a concedere alla Silicon Valley un salvacondotto sulle questioni morali, bensì anche cedere a uno dei principi fondamentali dell'internet-centrismo, ossia l'idea per cui questi nuovi filtri, provenendo da «Internet», devono avere un che di divino, come fossero esenti dai pregiudizi dei loro creatori, completamente immuni dal contesto di potere in cui vengono concepiti e dispiegati.

Un altro pericolo creato dall'internet-centrismo in questo contesto è quello per

cui noi, presumendo che i filtri digitali siano diversi dai loro predecessori analogici, rischiamo di vedere sfumare l'immensa differenza teorica e concettuale che esiste tra le due tipologie. È questa la conseguenza inevitabile se si immagina «Internet» come una cultura che, analogamente alla cultura della stampa, replica le proprie qualità di coerenza e stabilità in ciò che produce (non c'è da stupirsi, quindi, se Weinberger identifica «cinque proprietà fondamentali» ²⁴ di «Internet», che poi provvede a individuare in particolari piattaforme). In realtà, alcuni di questi nuovi filtri digitali non solo si rifiutano di mostrare «il mare in tutta la sua profondità», bensì lo nascondono in molti modi diversi, e l'idea di una cultura di Internet coerente ci impedisce di notare tali differenze (in questo senso, a chi cerca disperatamente di capire come funzionano le odierne piattaforme digitali converrebbe semplicemente presumere che «Internet non esista»). Già solo un breve ed empirico studio dei filtri impiegati dalle piattaforme dei social media più popolari basterebbe a dimostrarlo: si affidano tutte a filtri di vario tipo, che producono regimi di visibilità tra loro assai diversi.

Si pensi alla funzione Trends di Twitter, un filtro che si basa su una serie di segnali e di algoritmi per stabilire quali sono i temi più trattati sulla piattaforma. Per un dato tema, diventare un «trend» su Twitter è importante per una semplice ragione: quando attinge questa ambita condizione, attrae ancora più attenzione, entrando spesso nel dibattito nazionale e globale, ben oltre i confini di Twitter. In questo senso, anche Twitter è più un motore che una macchina fotografica: non si limita a riflettere le varie realtà, bensì concorre attivamente a crearle.

Di conseguenza, quando una qualche importante discussione genera tanto rumore ma non assurge a «trend», Twitter viene accusato di censurarla. È il caso della discussione su Occupy Wall Street ²⁵ – svoltasi in gran parte sotto il tag #occupywallstreet – che non riusciva mai a comparire sui radar di Twitter. Molti utenti e commentatori ritenevano che ciò accadesse per ragioni politiche e hanno subito iniziato a protestare per la scorrettezza. C'è qualcosa di curioso in queste affermazioni, perché sembrano presupporre che, in tutti gli altri casi, Twitter e il suo motore di ricerca dei trend funzionino a meraviglia.

Ogni volta che vengono lanciate accuse di censura (soprattutto quando riguardano la scomparsa di Justin Bieber dalla classifica), qualche portavoce di Twitter si fa avanti e sottolinea che i trend vengono identificati sulla base di numerosi fattori, oltre alla quantità dei tweet. Conta anche, per esempio, se l'argomento in discussione è nuovo per gli utenti di Twitter. Ma quali sono gli altri fattori? Be', non lo sappiamo. Twitter, come Google, non rivela quali sono i segnali che monitora, per paura che qualcuno, scoprendolo, possa manipolare il sistema.

Tarleton Gillespie, docente di comunicazioni alla Cornell University, ha esaminato un certo numero di casi di presunta censura relativi alla funzione Trends e ha pubblicato un interessante studio sugli algoritmi usati da Twitter. La sua conclusione è che, sebbene chi protesta contro la censura sia convinto di «sapere» che cosa misurano questi algoritmi, in realtà nessuno può dirlo con certezza. Insomma, scrive Gillespie, il fatto che #occupywallstreet non compaia fra i *trending topics* può significare che

a) è oggetto di una deliberata censura; b) in realtà è meno popolare di quanto qualcuno forse ritiene; c) è molto popolare, ma in maniera costante, senza picchi; d) è popolare e fa registrare dei picchi, ma in un modo che l'algoritmo non è in grado di misurare; e) è popolare e fa registrare dei picchi, ma non quanto certi altri fenomeni culturali pop che lo hanno escluso dalla classifica; f) è popolare e rilevante, ma non quanto i fenomeni culturali pop che sono stati inseriti nella classifica con qualche mezzo ingannevole; g) non è entrato nei Trends perché non è entrato fra i Trends, e quindi non gode dell'amplificazione garantita da questa funzione. ²⁶

Twitter non svela su quale insieme di fattori si fonda la sua classifica, e l'ambiguità che ne consegue ha come unico effetto quello di far sembrare coerenti e naturali i trend registrati. Qui, ancora una volta, entra in azione la mentalità del doppio click: esiti altamente contingenti di decisioni umane su quali fattori anteporre nella classificazione di un dato argomento come trend vengono presentati come esiti inevitabili e oggettivi del lavoro ininterrotto svolto dai computer sulla base dei loro script.

In *Engineering the Revolution*, lo storico Ken Alder scrive di come i genieri militari francesi adottassero quella che lui chiama «posa tecnocratica» ²⁷ – l'atteggiamento con cui i «produttori di tecnologia [sostengono di essere] mediatori neutrali che passivamente fanno da ponte tra il mondo epistemologico e la società in cui operano» – che consentiva loro di barcamenarsi tra le diverse fazioni in lotta dopo la rivoluzione del 1789 e, al contempo, di progettare armi innovative. Anche Twitter, come molte altre aziende tecnologiche, adotta spesso una tale «posa tecnocratica», quando finge di effettuare misurazioni obiettive e neutrali. Come mostra Gillespie, «Trends promette di analizzare in modo matematico ed esaustivo ciò di cui si parla, presentandolo come un dato generato automaticamente e autoevidente rispetto alla discussione». ²⁸

Twitter adotta alcuni presupposti su quali aspetti del dibattito pubblico costituiscano un trend, decide sul modo in cui tali aspetti devono essere misurati e, dopo averli misurati, li ripropone al pubblico. L'azienda non si limita a

«riflettere» – nel gergo della Silicon Valley – gli interessi del pubblico, bensì li plasma attivamente. E non li plasma sulla base di qualche «caratteristica elementare di Internet»; al contrario, parte da un'idea elementare del dibattito in corso e di come dovrebbe svolgersi, ed è proprio questa idea che rischia di sfuggirci se ci arrendiamo all'internet-centrismo e crediamo ingenuamente che tutte queste decisioni riflettano la natura di «Internet» e siano guidate da un progressivo dispiegamento del suo spirito.

Gillespie, dunque, osserva che «un termine già comparso tra i trend deve raggiungere una soglia più elevata per potervi rientrare. Il senso implicito è che l'algoritmo preferisce le novità nel discorso pubblico rispetto ai fenomeni di maggiore persistenza. Questa è una vecchia critica rivolta al giornalismo televisivo che si applica anche ai social media». ²⁹ Questo aspetto, semmai, dovrebbe servire a smentire la presunta cesura, l'asserita discontinuità tra vecchi e nuovi media che gli epocalisti spacciatori di internet-centrismo amano celebrare. Forse Twitter è molto più simile a Fox News di quanto appaia a prima vista. Questi approfondimenti illuminanti, però, sono utili non solo sul piano analitico, ma lo sono immensamente anche per l'attivismo e la riforma dei media. Tali indagini altamente empiriche dei vari pregiudizi introdotti dagli algoritmi di Twitter – e non le facili accuse di censura, populistiche e infondate – forniscono basi assai più solide per riformare Twitter e magari spingere l'azienda a adottare criteri di valutazione diversi.

Molti utenti – ah, se sapessero! – potrebbero essere infastiditi dal modo in cui Twitter misura la popolarità delle discussioni nei vari cluster. Qui, Twitter crede che le discussioni che si svolgono nei vari cluster – ossia tra utenti della stessa area geografica, che già si seguono a vicenda o appartengono allo stesso nucleo demografico – sono meno meritevoli di comparire in Trends rispetto alle discussioni che si svolgono in più cluster e nuclei demografici. Voi potrete anche odiare le disuguaglianze globali o amare la parità di diritti per i gay, ma se il vostro «meme», quale che sia la sua intensità, non riesce a evadere dai confini del vostro cluster, molto probabilmente non arriverà mai fra i Trends di Twitter. Tuttavia, come spiega Gillespie, anteporre l'ampiezza alla profondità è di per sé una scelta altamente politica, basata su una certa visione di come dovrebbe svolgersi il dibattito pubblico. ³⁰

Anziché trattare i nuovi filtri come se fossero approblematici e oggettivi, noi dobbiamo capire quali sono gli altri approcci al dibattito pubblico che rischiano di esserne inibiti o marginalizzati. E vogliamo programmatori e ingegneri informatici che, rifiutandosi di adottare la solita «posa tecnocratica», siano abbastanza coraggiosi da difendere la loro particolare visione di come il dibattito pubblico dovrebbe svolgersi. Assunti di questo tipo sono inevitabili – qualunque

progettista dovrà ben avere una sia pur pallida idea di chi userà i suoi prodotti – ma noi, inebriati dall’internet-centrismo, abbiamo concesso un po’ troppa libertà a qualche progettista di troppo.

Con l’industria dei memi farete fortuna

Quando cominceremo a prestare attenzione a come funzionano veramente i filtri digitali e gli algoritmi, e ci saremo resi conto di ciò che nascondono e rivelano, molti miti fondativi dell’internet-centrismo potrebbero diventare insostenibili. Pochi di questi miti sono stati tanto nocivi al dibattito pubblico quanto la tesi secondo cui «su Internet» le idee si diffonderebbero in maniera virale, e che i più virali tra questi memi – il termine adottato per denotare queste unità culturali a diffusione rapida – avrebbero dignità di notizia.

Un conto è portare una notizia da Bujumbura a Washington, tutt’altro conto è esportare notizie da Twitter o da Facebook nel mondo «offline». La prima si fonda su una chiara e utile distinzione tra «qui» e «là», le seconde non sono che un effetto collaterale dell’internet-centrismo. Una volta crollata la netta separazione tra «online» e «offline», e quando smetteremo di considerare la «blogosfera» e i «social media» come entità a sé stanti che hanno una qualche esistenza al di fuori della vita reale, saremo in grado di trattare i mediatori della nostra vita pubblica con la sobrietà e l’empirismo che meritano.

Il sociologo Nathan Jurgenson ha coniato un’espressione perfetta per designare questa tendenza a istituire una netta separazione tra il mondo online e quello offline: la chiama «dualismo digitale» ³¹ e, secondo lui, sottende buona parte del dibattito contemporaneo sulle tecnologie digitali, particolarmente visibile nelle diffuse preoccupazioni per una possibile incidenza del «virtuale» sul «reale» e nelle tesi secondo cui le connessioni online sarebbero in qualche modo inferiori a quelle offline. Nella realtà, però, le cose non sono mai così nette, e l’universo in cui viviamo è piuttosto un ibrido di questi due mondi e, anzi, è sempre stato così (l’argomentazione di Jurgenson, benché limitata ad alcune tecnologie digitali, si accorda con una più generale critica intellettuale, avanzata in maniera particolarmente persuasiva da storici e sociologi della scienza, ³² secondo cui le separazioni tra umanità e tecnologia e tra natura e società sono esse stesse artificiali e dotate di una loro storia). Quando i pubblicitari usano i nostri dati presi dai social network per personalizzare le pubblicità che vediamo in televisione, la difesa della separazione tra il mondo online e quello offline ha un effetto soffocante sul piano dell’analisi. ³³ Allo stesso modo, se si considera che Facebook ha già sviluppato una modalità per verificare quali prodotti pubblicizzati sul sito finiamo poi per acquistare nei

supermarket «offline» – ci riesce grazie alla collaborazione con una società che risale agli acquisti attraverso le carte fedeltà – ³⁴ non è tanto evidente quale sia il vantaggio derivante da questa grande cesura tra offline e online.

Si pensi a un termine come «blogosfera» che, per come viene utilizzato nel dibattito pubblico odierno, ha spesso connotazioni negative. Si prenda per esempio Niall Ferguson, il controverso storico di Harvard, con la sua risposta alle numerose critiche ricevute dal suo discusso articolo contro Obama apparso su «Newsweek» nell'agosto 2012. «Non riesco proprio a sopportare i blogger americani di ispirazione liberal» scrive Ferguson. «Lo spettacolo della blogosfera liberal americana in uno dei suoi pressoché quotidiani accessi di virtuosa indignazione non è tanto ridicolo, quanto piuttosto vagamente sinistro.» ³⁵ Ma chi sono questi blogger e a quale blogosfera appartengono?

Tra i «blogger americani di ispirazione liberal», nel suo articolo Ferguson fa il nome di Paul Krugman, premio Nobel per l'economia, di Brad DeLong, altro stimato economista ed ex funzionario governativo, e di James Fallows, già autore dei discorsi di Jimmy Carter nonché giornalista di spicco. Ritenere che queste persone abbiano sostanzialmente in comune il fatto di essere dei blogger e ignorare le altre caratteristiche che li identificano – quelle di noti accademici e di intellettuali pubblici – per il solo fatto che si sono serviti di un blog per rispondere a Ferguson è il colmo dell'internet-centrismo. Perché non attaccarli in quanto utenti di tastiere o di sedie, allora? Persino per Andrew Sullivan – anch'egli menzionato nell'articolo di Ferguson – l'etichetta di «blogger» risulta poco convincente: con un Ph.D. preso a Harvard e con un periodo da caporedattore a «New Republic», Sullivan aveva lanciato la sua sfida a Ferguson in quanto intellettuale di ispirazione conservatrice, non come «blogger» in pantofole. Poniamo per un attimo che la separazione tra «online» e «offline» non esista, ed ecco che Niall Ferguson dovrà faticare molto di più per screditare i suoi detrattori. Questo è uno dei modi in cui l'idea di «Internet», con tutti i miti di contorno, corrompe il nostro dibattito pubblico e sfocia in un abuso di pigre scorciatoie.

Chi trae il maggior vantaggio dall'idea secondo cui il mondo «online» sarebbe uno spazio intellettuale a sé stante è l'industria delle pubbliche relazioni, che sfrutta abilmente il dualismo digitale per travestire scialbi comunicati stampa da elettrizzanti «memi» autogeneratisi. L'«online» è la chiave grazie a cui Madison Avenue e K Street ^{*} convincono i media tradizionali a occuparsi di persone, prodotti, questioni ed eventi di cui, altrimenti, non si occuperebbero. Ciò che spesso motiva questa attenzione dei media tradizionali è il fatto che molte persone ne parlano «online».

Si prendano in considerazione i numerosi memi – per esempio, l'«Obama

invisibile» (che allude all'intervento di Clint Eastwood alla Convention nazionale repubblicana) o «Big Bird» (in riferimento al minacciato taglio dei finanziamenti alla PBS ^{***}) – emersi durante la campagna presidenziale americana del 2012. Benché sia allettante credere che emergano in maniera organica e autonoma e trattarli come fossero naturali aggregazioni della *vox populi*, la realtà è assai più complessa, e non solo per i modi in cui gli algoritmi di Twitter o di Facebook ne hanno «prodotto» la viralità.

Si prenda il meme dell'«Obama invisibile». Secondo un articolo di «USA Today», «quindici minuti dopo il primo tweet di @Invisible Obama, l'account era stato menzionato su Twitter dalla rivista “Mental Floss”, dal sito web di notizie “Salon”, nonché da Chris Cillizza ed Ezra Klein, rispettivamente giornalista politico e opinionista del “Washington Post”». ³⁶ Questi quattro account di Twitter hanno, complessivamente, più di un milione di follower. Questo è il genere di influenza di cui godono importanti opinionisti nazionali sui media tradizionali: Twitter consente semplicemente a questi pezzi grossi di sfruttare la loro influenza all'istante, anziché dover aspettare qualche giorno. In ciò, non vi è nulla di penalmente rilevante, ma non dovremmo presumere che qualcosa faccia «tendenza» su «Internet» per l'azione di forze naturali e autonome. Allo stesso modo, se da un lato si può essere tentati di entusiasmarci per il successo virale dell'account Twitter @RomneyBinders – che alludeva a un maldestro commento di Romney su «raccoglitori pieni di donne» – non dobbiamo dimenticare che lo stesso account, prima della gaffe di Romney, si chiamava @FiredBigBird (Big Bird licenziato) e aveva un notevole numero di follower fin dal primo dibattito della campagna presidenziale: l'intestatario aveva cambiato il nome per sfruttare il clamore legato ai «raccoglitori».

Come scrive Ryan Holiday, enfant prodige del marketing stanco dell'oscuro e parassitario mondo delle pubbliche relazioni su Internet, nel suo illuminante ed esauriente *Trust Me, I'm Lying: Confessions of a Media Manipulator*, «credo che, anche volendo, nessuno sarebbe riuscito a costruire un sistema più facile da manipolare». ³⁷ Il quadro che emerge dal libro di Holiday è piuttosto spaventoso e conferma che la maggior parte dei memi non nasce spontaneamente, ma viene prodotta. Ciò non vuol dire che tutti i memi abbiano tale origine: c'è davvero gente che si diverte a guardare e linkare foto e video di altre persone che mangiano cose strane o riempiono i loro frullatori di assurdi aggeggi, ma questa «autenticità» è molto più rara di quel che si crede. Il fine dell'industria delle pubbliche relazioni, come dice Holiday, è «creare la sensazione che il meme preesista e che il giornalista (o il supervisore musicale o lo stilista delle celebrità) non faccia altro che renderlo popolare». ³⁸ Ci sono diverse strategie per ottenere questo effetto, e lo stesso Holiday ha elaborato un sistema da lui

definito «valorizzazione della catena»: ³⁹ dapprima si affida un pezzo a un piccolo blog, per esempio creando falsi account di posta elettronica e inviando suggerimenti o persino «soffiate» (con fotografie sgranate, al fine di ottenere il massimo effetto di autenticità) ai suoi redattori. Se il blog abbocca – e perché non dovrebbe, visto che, avendo come obiettivo quello di aumentare il proprio traffico, non ha niente da perdere? –, a quel punto si tratta di convincere un blog più grande e importante a mettere il link di quello più piccolo.

Nel frattempo il piccolo blog può prendere l’iniziativa e mettersi a promuovere il proprio post su Facebook e su Twitter, oltre a proporlo a vari aggregatori di notizie come Reddit. A questo punto può entrare in gioco l’agenzia di PR che, dopo aver creato una serie di account su Reddit, contribuisce con i propri voti a portare in prima pagina il pezzo: arrivarci è fondamentale, perché sia gli autori di grandi blog come Gawker sia i giornalisti dei media nazionali consultano questi aggregatori in cerca di idee per i propri articoli. Anche se il pezzo approda soltanto su Gawker, è già qualcosa: non sarà il blog più visitato al mondo, ma è letto da un’élite di giornalisti che hanno le loro rubriche e le loro trasmissioni televisive da riempire di «idee».

Secondo Holiday, i blog (e per «blog» intende siti no-profit come Gawker e Huffington Post) sono soltanto «teste di ponte per la produzione di notizie». ⁴⁰ Per via del loro particolarissimo modello economico, per cui più un pezzo e un titolo sono controversi, più fanno guadagnare (attraverso l’aumento del traffico), i blog abboccano a tutto ciò che è anche solo vagamente controverso. Holiday racconta un episodio rivelatore: nel corso di una causa legale in cui era implicata una società da lui rappresentata in qualità di addetto alle pubbliche relazioni, aveva bisogno di introdurre alcune notizie nella sfera pubblica e di generare certe discussioni. «Ho buttato giù un finto memorandum interno, l’ho stampato, l’ho passato allo scanner e l’ho inviato a una serie di blog come se fossi un dipendente deciso a far trapelare “un memorandum appena ricevuto dal nostro capo”. Gli stessi blogger che avevano risposto con indifferenza quando li avevo informati in modo diretto furono felici di pubblicare dei post con tanto di ESCLUSIVA! e RISERVATO!». ⁴¹ All’improvviso, una cosa che un minuto prima era giudicata tremendamente noiosa si è trasformata in materiale appassionante in forma di meme.

Se Theodor Adorno e Max Horkheimer, decani della Scuola di Francoforte e formidabili critici della cultura, avessero dovuto scrivere oggi il loro pionieristico libro *Dialettica dell’illuminismo* (1944), avrebbero sicuramente dovuto cambiare il titolo del suo capitolo più celebre, sostituendo «industria culturale» con «industria dei memi». ⁴² Il problema principale, qui, è che le iniziali manipolazioni occulte dell’industria delle pubbliche relazioni sono

soltanto peggiorate dagli incentivi economici di piattaforme come YouTube e Facebook, che hanno le loro ragioni per promuovere i memi: creano cultura condivisa e, soprattutto, fanno aumentare il numero delle pagine visitate e l'interazione degli utenti (utenti che, così facendo, forniscono alle aziende nuovi dati sui propri interessi) e favoriscono, infine, un aumento e un miglioramento della pubblicità. I memi, dunque, si creano quando un'industria avida ne incontra un'altra.

Come nel caso della funzione Trends di Twitter, è importante capire quali ruoli svolgono i filtri e gli algoritmi di una particolare piattaforma nel determinare le condizioni per la produzione dei memi. Ecco, per esempio, che cosa ha dichiarato Felicia Williams, ex direttrice dei contenuti di intrattenimento per YouTube, allo scrittore esperto di tecnologie B.J. Mendelson: «Nessuno sa esattamente come funzionano gli algoritmi di YouTube, ma ho notato che se un video suscita molto clamore alla sua uscita e ottiene un riscontro costante nei primissimi mesi viene segnalato come rilevante al pubblico e viene riproposto con grande frequenza tra i “video di cui si parla”, come “popolare” o come “video correlato”. Questa posizione di rilevanza ne accresce la popolarità, che produce ulteriore promozione e una crescita esponenziale delle visualizzazioni». ⁴³

In altre parole, l'industria delle pubbliche relazioni, per sostenere la popolarità di un video, può limitarsi a investire solo per un breve periodo: con un po' di fortuna, YouTube, attraverso la segnalazione del video ai propri utenti, creerà presto l'impressione che il meme si stia diffondendo in modo autonomo. In questo modo, il video si trasformerà in un meme, giustificando l'infinità di lanci che i media diffonderanno su di esso, perlopiù sotto la voce «e ora passiamo alle notizie provenienti dalla comunità di Internet». Queste notizie, in realtà, dovrebbero essere pubblicate con la dicitura «e ora passiamo alle notizie prodotte dalle più creative agenzie di pubbliche relazioni», senonché l'internet-centrismo consente alle nostre agenzie di informazioni l'uso dei più orribili eufemismi senza timore di conseguenze negative.

Ma YouTube non è certo la sola piattaforma ad avere delle colpe. Anche i filtri di Facebook sono progettati in modo da rilevare i post già popolari e ampiamente cliccati, trascurandone altri meno promettenti come memi, che quindi rischiano di non figurare mai tra le notizie che ricevete. È quanto ha scoperto la studiosa di media norvegese Taina Bucher analizzando l'algoritmo EdgeRank di Facebook. ⁴⁴ EdgeRank sceglie quali saranno le notizie – tra le migliaia condivise dai vostri amici – che voi vedrete quando vi collegherete al sito. Secondo la ricerca di Bucher, Facebook preferisce fornirci il materiale che ha più potenzialità di trasformarsi in meme, perciò analizza i tipi di informazioni

– provenienti da quali amici?, su quali temi? – che gli utenti tendono ad apprezzare di più. Bucher parla addirittura del «pregiudizio algoritmico per cui le notizie in qualche modo “impegnate” risultano più visibili delle altre». ⁴⁵ Non c'è nulla di male in questa scelta, in sé e per sé, ma – come nel caso di Twitter – implica una certa visione di come la vita pubblica dovrebbe funzionare e di quali siano gli atteggiamenti da premiare, oltre a facilitare la produzione di memi. Invocare la neutralità, sostenere che Facebook si limiterebbe a riflettere quel che succede e che i memi nascerebbero in modo spontaneo e naturale senza alcun intervento è contrario all'evidenza empirica.

Il problema più generale che nasce dalla «memificazione» della vita pubblica sta nel fatto che le scelte editoriali, se compiute tenendo d'occhio la maggiore o minore probabilità che una certa notizia diventi un «hit della rete», influenzano sempre sia il contenuto sia la forma della notizia. Lo studioso dei media C.W. Anderson osserva che l'ultima generazione tecnologizzata di agenzie di notizie, che fanno pesantemente ricorso a vasti depositi di informazioni quantificate sui loro attuali e potenziali lettori, tendono a considerare questi ultimi alla stregua di «audience algoritmiche»: persone con bisogni e desideri facilmente identificabili che possono essere raggiunte con i giusti algoritmi. ⁴⁶ Per contro, la precedente generazione di editori di informazioni, animata da un più spiccato civismo, considerava il proprio pubblico come essenzialmente «deliberativo» e cercava di coinvolgere i lettori nel dibattito su ciò che rientrava nell'interesse pubblico, anche se non si adattava ai desideri dell'audience. Almeno in teoria, questo dialogo e questi dibattiti pubblici dovevano essere regolati solo dal prevalere dell'argomentazione migliore, non dalla quantità di visualizzazioni di una data pagina.

Si confronti questa situazione con l'ambiente dell'informazione descritto da Ryan Holiday. A un certo punto, l'autore cita Jonah Peretti, fondatore di BuzzFeed e re incontrastato dei memi, quando dice che è difficile costruire dei memi sulla base di contenuti che intristiscono le persone. «Se una notizia è uno strazio totale, la gente non la condivide. ... Il problema è che, dopo averla letta, ti deprimi. ... È un po' come mandare il malaugurio a persone amiche. Che senso avrebbe?» dice Peretti. ⁴⁷ Non c'è da sorprendersi, quindi, come dice Holiday nel suo libro, che di due raccolte di fotografie sulla Detroit colpita dalla recessione giunte su «Internet» più o meno contemporaneamente solo una abbia avuto diffusione virale.

Come si spiega questa differenza? La raccolta che non si è propagata viralmente presentava immagini di persone molto infelici, mentre quella che ha avuto più diffusione si limitava a mostrare edifici e colore locale. Quest'ultima, grazie all'Huffington Post, è diventata un meme; l'altra ha fatto pochissima

strada, ricevendo soltanto 29 commenti contro i 4000 apprezzamenti sul sito dell'Huffington Post (per non parlare dei 25.000 «mi piace» sulla pagina Facebook). La memificazione della vita pubblica è un fenomeno che Holiday osserva con orrore, e forse non ha tutti i torti. «L'economia del web rende impossibile una rappresentazione precisa della situazione di Detroit. ... Narrazioni semplici come le inquietanti rovine di una città si diffondono con rapidità, diversamente da quelle più complicate di una città piena di gente che ha un disperato bisogno d'aiuto» scrive (data l'urgenza del suo messaggio, gli può essere forse perdonata qualche occasionale caduta nell'internet-centrismo). ⁴⁸

Questa logica del meme – la tendenza a valutare i messaggi in base alle previsioni su come reagirà il pubblico cui sono rivolti – sta rapidamente invadendo anche altri campi della cultura. Nell'industria musicale, le etichette discografiche si affidano sempre più a complessi algoritmi capaci di analizzare qualsiasi canzone sotto molteplici aspetti e valutarla in base alle probabilità che ha di scalare le classifiche, confrontandola con un vasto repertorio di altri brani di successo. Come spiega Christopher Steiner nel suo *Automate This*, start-up come Music Xray, che consentono ai musicisti di caricare i rispettivi brani online perché ne venga analizzato e valutato il potenziale successo, offrono all'industria musicale tali «miglioramenti e una [tale] varietà di artisti ... che prima o poi le principali etichette – tutte le etichette, anzi – finiranno per ricorrere agli algoritmi per scegliere i musicisti da mettere sotto contratto e le canzoni da commercializzare». ⁴⁹

Questo può apparire come una liberazione per gli artisti che, in precedenza, dovevano essere «scoperti» da un sistema fondato sul giudizio umano. Ora il procedimento viene presentato come più obiettivo, in quanto l'intervento umano si riduce. Tale metodo rientra in quella che gli storici della scienza Lorraine Daston e Peter Galison chiamano «obiettività meccanica». ⁵⁰ Non dovremmo perdere di vista, però, i benefici apportati dalla soggettività nel campo dell'arte: tanti capolavori hanno lo scopo di scioccare e provocare, non di raccogliere «mi piace» su Facebook o di raccogliere fondi su Kickstarter. Delegare agli algoritmi il lavoro della scoperta di nuovi musicisti significa rallentare l'innovazione artistica. Molta nuova musica riuscirà anche a vendere, ma non è detto che tra vent'anni questa musica avrà ancora un qualche significato.

Come rileva Steiner, «gli algoritmi potranno anche selezionare nuovi artisti ma, poiché operano secondo un criterio fondato su ciò che ha avuto successo in passato, continueremo probabilmente ad avere sempre la stessa trascurabilissima musica pop che c'è già. È chiaramente un punto debole di questa tecnologia il fatto di includere nella propria analisi tutti questi anni di musica mediocre». ⁵¹ Certo, gli algoritmi possono essere configurati diversamente – e qualche

etichetta indipendente potrebbe anche scegliere di produrre musica destinata all'impopolarità – ma è difficile immaginare che le major rinuncino all'opportunità di fare sempre più soldi, e in modo sicuro, offerta dall'uso degli algoritmi.

Sopravvivere a Big Data ^{*} –

Nel passaggio al mondo saturo di memi delle «platee algoritmiche» diventa difficilissimo ricordarsi dei tempi in cui i mezzi di informazione seri non si curavano della possibilità che una notizia potesse essere uno «strazio totale» e riferivano tutto ciò che ritenevano importante e meritevole di attenzione, senza pensare all'influenza che avrebbe avuto sull'emotività del pubblico. Celebrare l'«epoca di Big Data» e accettare passivamente il progressivo dilagare di misurazioni statistiche e altri indicatori nel campo del giornalismo equivale a cedere al soluzionismo e a sostenere un tipo di giornalismo diverso, un giornalismo compiacente. L'ignoranza di un certo uditorio – e la relativa inefficienza che essa introduce nel mondo del giornalismo – non è necessariamente un problema da risolvere, anche se le tecnologie più recenti offrono soluzioni semplici e immediate. Superare il soluzionismo e resistere alla tentazione di risolvere questo problema dell'ignoranza – tanto più se gli strumenti per farlo sono a portata di mano – non sarà facile, soprattutto quando la retorica internet-centrista cerca di convincerci del fatto che un'epoca rivoluzionaria richiede drastiche misure rivoluzionarie.

Non è difficile scorgere da dove proviene questa pressione per generare nuovi dati sul pubblico e i suoi sottoinsiemi. Come mostra Joseph Turow nel suo illuminante *The Daily You*, gli editori di contenuti di alta qualità non riescono a vendere, sui loro siti, tutti gli spazi pubblicitari che vorrebbero. ⁵² Si rivolgono, quindi, a reti che raccolgono pubblicità e possono fornirgliene in quantità pressoché illimitata, ma tali pubblicità fruttano molto meno – talvolta in proporzioni da doppia o tripla cifra – rispetto agli spazi venduti direttamente dall'editore, che sono più legati alla particolarità del marchio editoriale, per esempio quello del «New York Times» o del «Guardian». Allora gli editori sono tentati di rivolgersi a un altro tipo di intermediari – quei subdoli e malvagi intermediari che, in qualche modo, riescono sempre a sopravvivere all'insormontabile sfida di «Internet» – che promettono agli editori informazioni dettagliate sui loro lettori. Queste informazioni vengono spesso raccolte su altri siti o social network e vengono registrate seminando cookie nei computer dei lettori o mediante tecnologie più recenti e sofisticate, per esempio il «device fingerprinting», che consente agli editori di vedere anche quando i lettori

cancellano o respingono i loro cookie (un sistema particolarmente efficace nel caso dei telefoni cellulari).

Armati di informazioni così ampie, gli editori sono incentivati a massimizzare il «tempo che i lettori trascorrono sul loro sito», perché ciò li aiuta a strappare percentuali più alte dagli inserzionisti pubblicitari. Un modo per ottenere questo risultato consiste nel mostrare agli utenti insulse gallerie fotografiche di gattini o di edifici di Detroit. Un altro sistema consiste nel mostrare loro gallerie altamente personalizzate sulla base di ciò che l'editore sa dei loro interessi – a qualcuno piacciono i gatti, ma come catturare i cinofili? – per aumentare le probabilità che i lettori continuino a cliccare su quel particolare sito.

Si pensi a un servizio come The Daily Me, che consente agli editori online di accogliere sul proprio sito nuovi visitatori con articoli e pubblicità personalizzate sulla base di ciò che questi utenti hanno letto su altri siti. Turow ha intervistato il fondatore e amministratore delegato di The Daily Me, che gli ha proposto l'esempio di un utente che, di norma, legge il «Boston Globe» ma, seguendo il link suggerito da un blog o usando un motore di ricerca, finisce sul sito del «Dallas Morning News». Poiché entrambe queste testate sono in rapporti d'affari con The Daily Me, e siccome l'utente in questione ha già letto articoli di calcio sul «Boston Globe», un certo cookie installato sul computer dell'utente, dopo qualche piccola magia di The Daily Me, sollecita il «Dallas Morning News» a proporgli a sua volta articoli sul calcio. E non è tutto, perché anche le pubblicità sono personalizzate. Turow osserva che «quando insieme a un articolo viene servita anche la pubblicità, il testo e la foto di quest'ultima vengono automaticamente composti in modo da includere nel messaggio termini e immagini di ambito calcistico». ⁵³ In questo modo, mentre gli appassionati di calcio riceveranno pubblicità improntate al calcio, «un tifoso di basket che riceverà una pubblicità dello stesso prodotto la vedrà scritta e illustrata con termini e immagini familiari per chi si interessa di pallacanestro». ⁵⁴ Se dobbiamo credere all'amministratore delegato di The Daily Me, tutto questo produce un aumento del numero delle pagine visitate e dei tempi di permanenza sui siti.

A qualcuno il fatto di dare maggiore visibilità a certi articoli e di modificare le pubblicità per riflettere gli interessi degli utenti potrà apparire innocente. Turow, invece, fa notare che queste pratiche si stanno espandendo vertiginosamente negli ambienti delle redazioni editoriali, anche per effetto delle pressioni economiche che richiedono sempre più click. Turow cita un addetto ai lavori dell'editoria digitale secondo il quale, a causa dell'uso dilagante della personalizzazione in altri settori – dai viaggi alla finanza –, utenti e editori sarebbero curiosi di sperimentare questo sistema anche con le notizie. Turow cita

poi la rivelazione di un altro dirigente – allora presidente del ramo digitale di Time, Inc. – secondo il quale le società come la sua stavano «cercando il modo di attuare una personalizzazione delle pubblicità che non faccia inferocire il pubblico». ⁵⁵ Il dirigente è convinto che possa funzionare: poiché «molte aziende cominciano a creare contenuti per particolari settori di pubblico», ⁵⁶ lo scopo della sua azienda – e stiamo parlando di «Time»! – dev’essere «scaltro nell’uso di certi dati nel momento in cui si accinge a creare contenuti». ⁵⁷

Da tutto questo Turov trae una conclusione piuttosto deprimente, ma è difficile non concordare: «Stiamo entrando in un mondo di contenuti intensivamente personalizzati, un mondo in cui gli editori e persino i venditori produrranno pubblicità su misura, mischiata a notizie leggere o intrattenimento, adeguata sia alle esigenze di vendita dell’inserzionista sia alla reputazione del particolare utente». ⁵⁸ Tutto potrebbe cominciare con qualcosa di apparentemente innocente: personalizzare i titoli e magari i paragrafi iniziali per rispecchiare quel che il sito sa (o può scoprire) dell’utente. In breve, però, e in parallelo con ciò che Amazon potrebbe fare nel campo dei libri, tali pratiche potrebbero espandersi fino a prevedere la personalizzazione del testo stesso degli articoli. In questo modo la lingua, per esempio, potrebbe rispecchiare ciò che il sito può indovinare del livello di istruzione del lettore (il vocabolario dell’«Economist» verrà usato per pochi eletti, quello del «New York Post» per le masse poco istruite). O magari la recensione di un film con Angelina Jolie potrebbe concludersi con un riferimento al suo film sulla Bosnia (se il lettore si interessa di politica internazionale) o con qualche brandello di gossip sulla sua vita con Brad Pitt (se si preferisce la mondanità di Hollywood). Molte aziende – con nomi quali Automated Insights e Narrative Science – già impiegano algoritmi per produrre storie automaticamente. ⁵⁹ Il passo logico successivo – che è probabilmente anche molto lucroso – consiste nell’indirizzare queste storie verso lettori ben individuati, fornendoci, in sostanza, una nuova generazione di fabbriche di contenuti che possono produrre testi a richiesta su misura per utenti particolari.

Le implicazioni di questi slittamenti per la nostra vita pubblica sono profonde: il tipo di personalizzazione sopra descritto potrebbe pregiudicare tutte quelle occasioni di solidarietà e di dibattito informato che si presentano quando un’intera comunità ha accesso alle stesse narrazioni. Ancora più importante, però, è tenere vive certe modalità di dibattito su questi temi: non possiamo cedere alla tentazione di vedere questi problemi dal solo punto di vista dell’efficienza. Nelle vecchie condizioni, quando non c’era modo di misurare la reazione dei lettori a certi articoli, gli inserzionisti pubblicitari erano impegnati in pratiche terribilmente inefficienti – dovevano piazzare le proprie pubblicità

sulla stampa senza vedere il resoconto analitico di quante persone leggevano l'articolo adiacente – ma questa inefficienza aveva effetti decisamente benefici.

Come evidenziato dal giornalista Jacob Weisberg, l'inefficienza indotta dall'ignoranza era di fatto un bene per il giornalismo come impresa dotata di valore civile: «Mi domando spesso quanta gente legga le notizie di politica albanese sul “New York Times”. Il fatto di non conoscere la risposta a questa domanda può essere ciò che spinge il “Times” a investire denaro per fornirle! In un mondo dominato da Google, se nessuno li avesse cliccati, quegli articoli avrebbero perso posizioni nell'elenco delle priorità». ⁶⁰ O sarebbero scomparsi. Il professore di comunicazione David Karpf scrive dell'«inefficienza benefica» che accompagnava il giornalismo tradizionale in passato, quando «la mancanza di informazioni sull'efficacia della pubblicità, combinata con lo scarso spazio riservato a quest'ultima, gonfiava i costi». ⁶¹ Oggi, invece, che ogni click può essere registrato a beneficio dei posteri, «gli inserzionisti possono misurare le impressioni e la quantità di click. Possono indirizzare le loro pubblicità verso nicchie di mercato e settori della popolazione. Questa maggiore efficienza fa calare le spese di pubblicità, ma le storiche istituzioni dell'editoria hanno difficoltà a pagare le spese e le infrastrutture esistenti». ⁶²

Il linguaggio dell'efficienza – unica divinità per la maggior parte dei geek e degli economisti – si insinua in modo lento ma costante anche in questo dibattito. Ecco una lettera d'amore per la pubblicità mirata, scritta da Matthew Yglesias e comparsa su Slate.com: «Pubblicità più calibrate sul target producono benefici economici sia per i consumatori sia per gli inserzionisti. Una pubblicità più efficiente incentiva le aziende a investire più risorse nel miglioramento della reale qualità dei loro servizi. E una pubblicità più efficiente può creare mercati per contenuti che altrimenti avrebbero stentato per carenza di remunerazione». ⁶³ Capito?

Sembra fantastico, ma se si osservano le concrete pressioni con cui hanno a che fare gli editori online, l'immenso potere accumulato dalle reti pubblicitarie e dai suoi distributori, e le crescenti pressioni per indurre sempre più gente a cliccare al fine di fare più soldi con la pubblicità mirata, è difficile condividere l'ottimismo di Yglesias. È totalmente impossibile concordare con lui quando sostiene che «nel mondo della tracciabilità dell'utente, la natura particolare dei contenuti perde d'importanza. Il lavoro editoriale diventa quello di trovare un pubblico – un pubblico qualunque –, dopodiché i dispositivi di tracciamento indirizzeranno le pubblicità di scarpe o di app, di accessori da cucina o di assicurazioni per automobili o di qualunque altra cosa per cui il lettore come individuo, sulla base delle informazioni raccolte su di lui, nutre interesse». ⁶⁴ Quella di Yglesias è una fiaba in cui, per una qualche astratta ricerca

dell'efficienza, si trascurano le reali dinamiche dell'editoria digitale contemporanea e si opera semplicemente proiettando i tratti positivi di una tecnologia – in questo caso, la pubblicità mirata – su un qualche sofisticato modello teorico economico del mondo.

«Abbasso i controllori!»... dicono i controllori

La fede nella neutralità, nell'obiettività e nell'affidabilità intrinseca dei filtri e degli algoritmi non è, tuttavia, il colmo della cyber-ingenuità. Questo dubbio riconoscimento va senz'altro alla diffusa convinzione secondo cui «Internet» ci aiuta a sbarazzarci di controllori e intermediari. La «disintermediazione» – che è sicuramente una delle parole più brutte al mondo ⁶⁵ – viene spesso presentata come il tratto distintivo dell'era digitale. Si pensa che, grazie alle recenti tecnologie innovative, gli intermediari di ogni genere faranno la fine del dodo. Una volta che editori, case editrici e librerie saranno scomparse – recita la storiella – la nostra vita pubblica si libererà finalmente dei loro pregiudizi, delle loro inefficienze e dei loro moventi occulti. Ci sono elementi di verità in questo, ma non dovremmo tralasciare uno sviluppo assai più importante e meno visibile: la digitalizzazione della nostra vita pubblica sta aprendo la strada a molti nuovi intermediari che sono perlopiù invisibili, e alquanto sospetti.

Si pensi al blogging. All'avvento della prima generazione di blogger in rete, verso la fine degli anni Novanta, l'unica intermediazione tra loro e il resto del mondo era quella delle compagnie di hosting e degli Internet provider. Chi volesse creare un blog oggi finirebbe probabilmente su piattaforme come Tumblr o WordPress, con tutti i commenti dei loro blog che passano per le mani di società terze come, per esempio, Disqus. E gli intermediari non finiscono qui: Disqus, in particolare, collabora a sua volta con una società, Impermium, che si affida a una varietà di strumenti di apprendimento automatico per verificare se i commenti postati sono qualificabili come spam. È la proliferazione – non l'eliminazione – degli intermediari ciò che ha reso il blogging tanto diffuso. Il termine giusto, qui, sarebbe «iperintermediazione», non «disintermediazione».

Il nuovo servizio offerto da Impermium si spinge persino oltre: questa società afferma di aver sviluppato una tecnologia capace di «identificare non solo spam e link truffaldini, bensì ogni genere di contenuto dannoso – violenza, razzismo, oscenità evidenti e incitamenti all'odio – e consente ai proprietari del sito di intervenire in tempo reale, prima che il contenuto in questione giunga ai lettori». ⁶⁶ Impermium sostiene di servire 300.000 siti web (il che non sorprende poi più di tanto, essendo incorporata in strumenti terzi ampiamente utilizzati come Disqus). Quanto a intermediazione, siamo a livelli impressionanti: una

singola azienda californiana decide che cosa sia da considerare incitamento all'odio e oscenità per alcuni dei siti più popolari del mondo, senza che qualcuno possa valutare se gli algoritmi utilizzati non siano essi stessi portatori di pregiudizi o eccessivamente conservatori. Anziché celebrare il mitico nirvana della disintermediazione, dovremmo semmai sbirciare dentro le scatole nere degli algoritmi antispam di Impermium.

La fede nella potenziale emancipazione insita nella disintermediazione è particolarmente visibile nella vasta bibliografia sul futuro dell'editoria libraria, un settore costantemente impegnato a smentire le tendenze che esso stesso pronostica (qualcuno dovrebbe scrivere un libro sui profeti di sventura che continuano a pubblicare libri sulla fine dell'editoria).

Le questioni sollevate dalla percezione internet-centrista dell'avvento di una nuova epoca sono molte: chi ha bisogno di biblioteche e librerie, se i libri sono acquistabili online? Chi ha bisogno degli editori, se gli autori possono autopubblicarsi? Chi ha bisogno di redattori, se gli articoli possono essere personalizzati per corrispondere agli interessi del lettore? E, infine, chi ha bisogno degli autori, se ci sono algoritmi in grado di scrivere in prosa? La ragione per cui questi attacchi contro gli intermediari godono di un diffusissimo favore tra i geek potrebbe avere a che fare con il già menzionato culto della Riforma protestante, il mito fondativo dell'odierna cultura di Internet. Al pari della Chiesa, vista alla stregua di inutile e corrotta «intermediaria» che interferiva nel dialogo diretto con Dio, le istituzioni editoriali sono trattate in pratica come chi preclude l'accesso immediato al mondo dei memi e delle idee. «Internet», dicono gli speranzosi, libererà i memi dall'oppressione delle élite creative, quelle stesse élite che osano sostenere che non tutti i memi nascono uguali e che alcuni di questi sono talmente maligni da non meritare neanche, forse, di essere creati.

Nessuno più di Jeff Bezos, fondatore e amministratore delegato di Amazon, è entusiasta di questi sviluppi altamente democratizzanti. Gli piace vantarsi di essersi dedicato a eliminare gli intermediari perché «rallentano l'innovazione» e intralciano le «piattaforme self-service» – dove ognuno può pubblicare il proprio libro nel giro di pochi minuti – che Amazon si è tanto impegnata a promuovere. La furia populista di Bezos contro le istituzioni – nella migliore tradizione degli anatemi di Martin Lutero contro la Chiesa – si manifesta appieno quando elogia il fatto che la lista dei dieci libri più venduti di Kindle «è piena zeppa di libri di piccoli editori e di autori autopubblicati, mentre l'analoga lista del “New York Times” è dominata da autori di successo e di fama consolidata». ⁶⁷ La ragione per cui questo sviluppo meriterebbe di essere celebrato non viene spiegata ed è chiaramente ritenuta di per sé evidente, come se il metodo con cui viene prodotto

un libro avesse la stessa importanza delle idee in esso contenute. Quanti dei libri presenti nella lista dei dieci più venduti di Kindle saranno ancora letti tra vent'anni? Bezos, come i suoi confratelli soluzionisti dell'industria dei memi, sembra credere che il fine dell'editoria sia quello di pubblicare il maggior numero possibile di libri e di farli leggere al maggior numero possibile di persone: una sorta di perverso utilitarismo per eruditi. Che quei libri contengano tavole del Sudoku o romanzi di Tolstoj non fa alcuna differenza, perché quel che conta è il numero di libri scaricati, di pagine sfogliate, di memi creati.

La promessa di Amazon poggia su due strategie retoriche molto amate dai soluzionisti. La prima è un «discorso sull'innovazione» in cui tutte le innovazioni vengono considerate intrinsecamente buone, a prescindere dai loro effetti sociali e politici. Dopotutto, l'innovazione è progresso, e come si può pensare che il progresso sia un male? La seconda strategia consiste in un «discorso sugli strumenti», che mira a rimodellare ogni dibattito sulla tecnologia come una discussione essenzialmente incentrata sugli strumenti e, per estensione, sui modi in cui questi strumenti possono accrescere il potere di chi li usa. Entrambi questi discorsi impoveriscono il nostro dibattito sulle tecnologie digitali e devono essere identificati per tempo in modo da poterli contrastare.

I pericoli del discorso sull'innovazione possono anche non risultare evidenti. «Innovazione» è forse una delle parole che più caratterizzano questi nostri tempi, ma non ha ricevuto l'attenzione critica che merita, e noi diamo spesso per scontato il suo valore positivo, dimenticando come la mania dell'innovazione distorca le nostre ricostruzioni del passato. Lo storico David Edgerton, nel suo libro *The Shock of the Old*, ⁶⁸ osserva che gran parte della recente storia della tecnologia è dominata da ricostruzioni che privilegiano l'invenzione e l'innovazione anziché l'utilizzo pratico delle tecnologie e dei dispositivi. Siamo inclini a dimenticare che, spesso, le invenzioni e le innovazioni non hanno conseguenze pratiche e, quando ne hanno, richiedono in genere notevoli aggiustamenti e manutenzione per funzionare. E poi tendiamo a ignorare l'importanza del ruolo che le tecnologie meno recenti continuano a svolgere anche dopo l'introduzione di quelle nuove, veloci e fiammanti. Pensiamo alla seconda guerra mondiale come alla guerra dei veicoli motorizzati, mentre semmai potrebbe essere considerata la guerra del cavallo: come fa notare Edgerton, nell'invasione dell'Unione Sovietica la Germania nazista impiegò 625.000 cavalli.

D'altra parte, non è solo la storiografia della tecnologia a essere distorta dall'attuale venerazione dell'innovazione. Anche le politiche per il futuro ne soffrono. Il problema è questo: poiché all'innovazione si attribuiscono solo conseguenze positive, pochi sono pronti a esaminarne gli effetti indesiderati, ed

è per questo che le innovazioni vengono considerate buone in quanto tali. Uno studio condotto da un'équipe di ricercatori scandinavi, che si proponeva di passare in rassegna tutti gli articoli accademici sull'innovazione pubblicati a partire dagli anni Sessanta del secolo scorso, ha scoperto che di tutti i saggi presi in esame – nell'ordine delle migliaia – solo ventisei affrontavano il tema delle sue conseguenze negative o indesiderate: all'incirca uno su mille. ⁶⁹ Da allora tale proporzione non è cambiata. Dati statistici sottovalutati come questi rivelano il «pregiudizio pro innovazione» della quasi totalità della letteratura sul tema.

Il pregiudizio pro innovazione è responsabile dell'instaurazione di un confine netto tra lo studio dell'innovazione e dei suoi fattori incentivanti da un lato – questa materia è inclusa, di solito, nei corsi delle business school – e quello delle conseguenze dell'innovazione dall'altro, di cui si occupano in genere discipline di orientamento più politico, sociale e tecnologico ma raramente sotto l'egida degli «studi sull'innovazione» in quanto tali. Perciò, le innovazioni fallimentari o che conducono a esiti disastrosi non sono previste dal vocabolario dell'innovazione: le tecnologie sono innovative solo se hanno successo e non comportano rischi. Inoltre, gli effetti delle tecnologie che vengono presi in considerazione sono, spesso, di tipo lineare e diretto. Quando scrive di «innovazione» in rapporto a Kindle, Bezos sa benissimo che i suoi lettori saranno presumibilmente poco inclini a esaminare conseguenze che non siano dirette, previste e desiderabili; anche noi soffriamo spesso di una qualche forma di «pregiudizio pro innovazione».

Ma non è sempre andata così. Secondo Benoit Godin, uno studioso canadese che ha ricostruito la storia intellettuale del concetto di «innovazione», per oltre 2500 anni il termine ha avuto connotazioni negative. «L'innovatore era un eretico, un rivoluzionario, un truffatore» ⁷⁰ scrive Godin. Poi, però, qualcosa è cambiato. «L'innovazione cominciò a essere oggetto di attenzione benevola quando la gente prese a fare esperienza di cambiamenti in ogni ambito, soprattutto cambiamenti “rivoluzionari”, e si mise deliberatamente a produrne di nuovi.» ⁷¹ Negli anni Sessanta i governi occidentali, preoccupati dai programmi modernizzatori e dominati da scienziati sociali, economisti e consulenti, hanno spogliato il termine «innovazione» del suo contenuto politico trasformandolo in un noioso sinonimo di novità, invenzione, creatività, originalità, utilità, e di qualunque altra espressione di volta in volta alla moda nelle aule della Harvard Business School.

Non sorprenderà, dunque, la scarsità di studiosi impegnati sui temi dell'etica dell'innovazione: si presume, chissà perché, che i frutti dell'innovazione siano benefici per tutti in ugual misura, sicché le considerazioni di giustizia raramente assumono un peso nelle discussioni. Ma questo è un errore, e una più

approfondita analisi, poniamo, dell'industria farmaceutica (con le rivendicazioni di diritti di proprietà intellettuale che comporta) mostrerebbe che sul modo in cui discutiamo di innovazione dovrebbe influire anche una considerazione di giustizia complessiva: evitare il rischio che la ricerca dell'innovazione tagli fuori i poveri e i malati dall'accesso alle cure. Come fanno a buon diritto notare tre eminenti studiosi in un recente articolo sulla giustizia nella diffusione delle innovazioni, «a seconda di ciò che viene creato e di chi può disporne, l'innovazione può aggravare le ingiustizie esistenti e crearne di nuove, oppure ridurre quelle esistenti». ⁷² Per far ciò occorre andare oltre l'interesse per la novità e l'efficienza, e porsi difficili domande di principio su potere, legittimità e moralità.

Il discorso sugli strumenti presenta sfide di natura per certi aspetti diversa. Per meglio individuarle, sarà forse utile ricorrere alla distinzione che lo studioso di comunicazioni iraniano Majid Tehranian propone tra «tecnoneutrali» e «tecnostrukturalisti». Secondo Tehranian, i tecnoneutrali «finiscono di solito per fare da consulenti, con poche esigenze teoriche e il forte interesse a non alienarsi i clienti. Assumono spesso una posizione neutrale sulla questione degli effetti: da una parte, così; dall'altra, però...». ⁷³

I tecnoneutrali sono in genere i primi a riconoscere che «Internet» può essere insieme un male e un bene, e che tutto dipende da come le persone la usano. Credono che le tecnologie siano in sé totalmente neutrali, che non appartengano a una parte o a un'altra e che, nelle mani giuste, possano fare meraviglie. Si presta poca attenzione ai fini occulti e meno occulti di chi le ha create e alle specifiche condizioni in cui tali tecnologie verranno impiegate. Una pistola trovata per strada a Detroit è considerata un oggetto neutro e suscettibile di dar luogo a violenza quanto una pistola custodita in una collezione di armi rare al Museo della Scienza e della Tecnica: dipende, ci dicono.

I tecnoneutrali dell'ala più ottimistica finiscono spesso per sostenere un approccio improntato al laissez faire estremo per quanto riguarda le tecnologie individuali: visto che dipende dall'uso che se ne fa, concediamo un'opportunità alla tecnologia! È questa l'argomentazione con cui Jarvis chiede che sia concessa una giusta opportunità alla tecnologia di riconoscimento facciale: «È saggio mettere al bando una tecnologia prima ancora che sia stata utilizzata e compresa? Provate a immaginare in quanti altri modi potrebbe risultare utile: per ritrovare bambini scomparsi o per stabilire la sorte delle vittime di disastri come l'uragano Katrina o il terremoto con tsunami verificatosi in Giappone nel 2011». ⁷⁴ I tecnoneutrali, con tutto il loro impegno per bilanciare i pro e i contro, non compiono nessun vero calcolo: una tecnologia suscettibile di essere usata a «buon» fine una volta ogni tre anni è neutra quanto una che verrà probabilmente

usata a fini «malvagi» ogni minuto. Essi sono più inclini a sostenere misure soluzionistiche, dato che, per definizione, sono ciechi ai molteplici contesti in cui le soluzioni potrebbero essere applicate e ai molti modi imprevedibili in cui tali contesti potrebbero mitigarne l'efficacia.

I tecnostrutturalisti, invece, entrano in rapporto con il mondo – e non solo con il ruolo che in esso hanno le tecnologie – con una filosofia diversa. Secondo Tehranian, essi ritengono che le tecnologie «[si sviluppino] al di fuori delle esigenze istituzionali, e il loro impatto è sempre mediato dagli adeguamenti istituzionali e dalle forze sociali, di cui sono parte integrante». ⁷⁵ Secondo i tecnostrutturalisti, le tecnologie dell'informazione «non promuovono né la libertà né la tirannia, ma sono in primo luogo tecnologie di potere che si agganciano a tecnostrutture di potere già esistenti o emergenti». ⁷⁶ Alle tecnologie, insomma, è consentito di accentrare e decentrare, uniformare e diversificare, dare e togliere potere simultaneamente.

L'impatto di una particolare tecnologia non discenderà in modo naturale da qualche sua qualità naturale o intrinseca né verrà presupposto come neutrale, perché tutto dipende dal contesto. Al contrario, l'impatto verrà dedotto analizzando il modo in cui gli aspetti particolari di una data tecnologia – aspetti che, a loro volta, sono spesso mutevoli – possono riorganizzare i rapporti politici e sociali, favorendo l'entrata in scena di nuove categorie di attori. L'analisi dovrebbe procedere lentamente e pazientemente, senza grandi assunti sulla «Tecnologia» con la T maiuscola o su «Internet». I tecnostrutturalisti rifiutano i banali aggiustamenti dell'internet-centrismo e del soluzionismo.

È facile scambiare i tecnostrutturalisti per pessimisti, ma è un errore: non lo sono affatto. La loro tesi non dice che la liberazione attraverso la tecnologia è illusoria o contraddittoria, bensì che questa liberazione non si verifica mai nel vuoto e che, a conti fatti, potrebbe trasformarsi in schiavitù. Certo, le auto di Google con pilota automatico semplificheranno le cose e riusciranno forse persino a ridurre il numero delle vittime di incidenti stradali, ma un sistema dei trasporti razionale dovrebbe perseguire anche molti altri fini. Se l'auto con pilota automatico si diffonderà, ne conseguirà un peggioramento dei trasporti pubblici? Le città estenderanno ancora di più le loro propaggini, dato che lungo i tragitti non dovremo più guidare e potremo, quindi, sbrigare la corrispondenza e sopportare di trascorrere ancora più tempo in auto?

Per i tecnostrutturalisti, l'irruzione di Amazon nel campo dell'editoria non può esaurirsi nella storiella della crescita del potere degli individui grazie all'introduzione di nuovi e migliori strumenti per la lettura e la pubblicazione. Accontentarsi di questa storiella equivarrebbe a concentrarsi sulle conseguenze dirette, previste e desiderabili dell'innovazione, trascurando quelle indirette,

impreviste e indesiderabili, o a feticizzare lo strumento anziché esaminare la pratica che questo consente. Per tornare al compianto Toni Judt, ogni tanto è utile domandarsi se una cosa sia giusta o sbagliata, non soltanto se sia più efficiente. ⁷⁷

Se smettiamo di confidare nell'innovazione e nelle storie sull'acquisizione di potere da parte degli individui, vedremo chiaramente che, qualora il sogno di Amazon ossia il sogno di un mondo senza controllori, diventasse realtà, la stessa Amazon diventerebbe un potentissimo controllore. Innanzitutto, abbandonando in pratica il processo editoriale ai capricci del mercato, alcuni progetti avranno più probabilità di concretizzarsi (sì, vogliamo altre storie di maghetti con gli occhialini tondi!), altri meno (per favore, basta con le biografie di oscuri generali giapponesi!). Non ci vuole Karl Marx per capire che è l'economia dell'industria editoriale – chi ci guadagna, quanto e quando – a determinare l'ampiezza dei rischi intellettuali che si possono correre. È molto più probabile che una biografia su un oscuro generale giapponese venga scritta se l'autore sa di poter contare su un anticipo; meno probabile se l'autore dovrà impiegarci un decennio, arrabattandosi nel frattempo con altri lavori occasionali e sperando che il progetto lo ripaghi della fatica. Certo, ogni tanto Amazon potrà anche imbattersi casualmente in un capolavoro degno del Pulitzer, ma in un universo gestito da Amazon molti di questi libri, semplicemente, non verrebbero mai scritti. Amazon sarà anche un controllore riluttante, ma è comunque un controllore.

Tuttavia, dobbiamo anche cercare di capire come si conclude tutto questo discorso sui controllori. C'è qualcuno che si meraviglierebbe se tra una decina d'anni Amazon dovesse decidere di sottoporre gli autori allo stesso trattamento riservato ad alcuni lavoratori dei suoi magazzini, ovvero di sostituirli con dei robot? Se si parte dal presupposto che il controllo è un male e l'efficienza è un bene, allora anche gli autori possono essere visti come controllori di un tipo particolare: imprigionano temporaneamente memi e idee, mentre sono i memi e le idee ciò che gli acquirenti vogliono dai libri (e state certi che Amazon non eliminerà gli acquirenti, che pure imprigionano memi e idee: qualcuno, alla fine, i libri dovrà pur comprarli).

Grazie al suo e-reader Kindle, Amazon raccoglie già una gran dovizia di informazioni sui singoli lettori, oltre che sulle abitudini di lettura di tutto lo spettro demografico: sa quali parole vengono cercate sul vocabolario di Kindle, quali sono i paragrafi più sottolineati, quanto tempo ci si impiega per leggere un libro. Tutto questo, nella migliore tradizione del discorso sugli strumenti, viene presentato come un modo per migliorare l'esperienza del lettore, e qui, in effetti, Amazon non mente. Queste statistiche, però, migliorano molte altre cose, insieme alla lettura: in particolare, la capacità di Amazon di dedicarsi a un tipo di

editoria imperniata sui memi, che conosce il pubblico meglio di quanto il pubblico conosca se stesso e che può assecondarne, anche subliminalmente, ogni più piccolo capriccio.

Nulla impedisce a Bezos di tener conto di queste informazioni e di sfornare libri in modo automatico, facendo completamente a meno degli autori e personalizzando a tal punto l'offerta – premendo tutti i pulsanti intellettuali ed emotivi giusti per ogni lettore – che nessun libro acquistato resterà non letto. Un numero crescente di giornali e riviste si rivolge già ad aziende come Narrative Science per ottenerne articoli – perlopiù in materia di sport o finanza – prodotti per mezzo di algoritmi. Non c'è motivo di credere che Amazon non sappia fare di meglio, anche con testi più lunghi. Ci sono piccole start-up che già selezionano e vendono libri scritti senza alcun intervento umano (e, ovviamente, venduti perlopiù via [Amazon.com](https://www.amazon.com)).

Se si pensa che il fine della letteratura sia di massimizzare il benessere dei memi o di assicurare che tutti i lettori siano soddisfatti (e come potrebbero non esserlo, se i libri che leggono riflettono già tutte le loro inclinazioni e preferenze inconscie?), allora Amazon dev'essere vista come la salvatrice della letteratura. Se invece si ritiene che alcune idee siano peggiori di altre, che certi memi dovrebbero essere accantonati e non diffusi, che molti autori sono intellettuali che svolgono importanti funzioni civili sicuramente non delegabili agli algoritmi, e che uno dei fini della letteratura è di sfidare e distruggere, non solo di conciliare e amplificare, allora ci sarà ben poco da festeggiare nel fantastico mondo di Amazon senza controllori.

L'avvento dei critici acritici

I soluzionisti incappano sempre nella stessa serie di ostacoli, che il loro obiettivo sia quello di migliorare la politica oppure la letteratura. Questi progetti di miglioramento non possono partire da un elogio della potenza (o della logica) dei loro strumenti, che si tratti di database per il governo aperto o di e-reader. Il fatto che questi strumenti possano eliminare certe inefficienze e ambiguità può essere considerato un bene solo se si dimenticano o si ignorano i fini e le aspirazioni delle attività che i soluzionisti vogliono migliorare: sperare che il giornalismo o l'editoria possano migliorare attraverso un miglioramento dei dati quantitativi significa fare molta confusione su quali siano le finalità dell'uno e dell'altra.

Un sito come Yelp potrebbe affermare di offrire recensioni di ristoranti più ampie, più numerose e, in apparenza, più obiettive rispetto al critico professionista che lavora per un giornale. Per preferire le informazioni fornite da

Yelp, però, bisogna dimenticarsi di quale sia veramente il lavoro dei critici: il loro mestiere di critici gastronomici è caratterizzato da un insieme di finalità e di criteri che non sono facilmente replicabili online. A Yelp non interessa se voi andate al ristorante una o dodici volte; né vuole sapere quanti piatti avete assaggiato. Anzi, non è neanche interessato a sapere se ci siete andati davvero, al ristorante: il celeberrimo proprietario di pizzeria della Florida fotografato mentre abbracciava e sollevava il presidente Obama ha scoperto che, mentre il suo locale diventava famoso in tutti gli Stati Uniti, il numero delle recensioni su Yelp era balzato da 2 a 2500, in gran parte scritte da gente che in quella pizzeria non aveva mai messo piede. ⁷⁸

Più in generale, Yelp non vi offre un modo per valutare il cibo servito nei ristoranti italiani sulla base di un insieme di criteri che spieghino come dovrebbe essere la cucina italiana. Al contrario, la cucina italiana viene valutata alla stessa maniera di quella giapponese, e tutto, stringi stringi, si riduce a una manciata di stelle e, se il «recensore» è in vena di scrivere, a qualche riga di commento. Ora, aggregare in questo modo i giudizi di migliaia di persone non ha alcun senso: basta pensare che, già a livello di recensione individuale, è praticamente impossibile capire quali sono le cose e le qualità importanti per i critici gastronomici.

Come rileva il sociologo Grant Blank nel suo *Critics, Ratings, and Society: The Sociology of Reviews*, studio ricco di spunti sulla pratica della recensione, la maggior parte dei critici gastronomici consuma almeno tre pasti – alcuni addirittura sette – nel ristorante da recensire. ⁷⁹ In genere si fanno accompagnare da amici, per poter assaggiare una maggiore varietà di piatti inclusi nel menu. Per testare la costanza della qualità – un criterio importante nella valutazione del lavoro di uno chef – ordineranno la stessa *entrée* in diverse occasioni. Per evitare di farsi riconoscere e di essere, per questo, trattati diversamente dagli altri clienti, ricorrono spesso a travestimenti. Secondo Blank, i critici gastronomici arrivano al punto di «usare cappelli, parrucche e occhiali scuri, fingere di essere in gravidanza, prenotare sotto falso nome, disporre di più carte di credito con nomi diversi, e chiedere ai commensali di pagare con le loro carte di credito». ⁸⁰ Dennis Ray Wheaton, critico gastronomico di lungo corso della rivista «Chicago», è giunto a munirsi di microfono e registratore nascosti per poter annotare le proprie osservazioni senza dare nell'occhio.

Uno dei compiti principali del critico è quello di stabilire in che misura il cibo offerto si conformi agli standard generali vigenti per un dato tipo di cucina. Le regole e i rituali della cucina francese sono da molto tempo codificati in testi come *Le Guide Culinaire* di Georges Auguste Escoffier, la cui prima edizione risale al 1903 e che continua a essere ristampato. «La cucina francese è

complessa nella sua combinazione di salse e ingredienti: i sapori contano, ma anche le consistenze e i colori. Ma la cosa più complicata per i recensori è il fatto di dover giudicare non soltanto le singole portate, bensì l'equilibrio e l'armonia di gusto, consistenza e colore di ogni piatto» osserva Blank. ⁸¹ Un critico come Craig Claiborne, che ha contribuito all'introduzione della recensione gastronomica sulle pagine del «New York Times», era un profondo conoscitore non soltanto dei precisi standard del libro di Escoffier, bensì anche dell'arte culinaria: aveva utilizzato i benefit guadagnati come soldato per frequentare una rinomata scuola di cucina in Svizzera ed era lui stesso considerato un eccellente cuoco.

Yelp non è certo la prima start-up che mette a rischio la professione del critico gastronomico. Questo titolo va senz'altro a Zagat, ora acquisita da Google, con i suoi questionari sulle cene che, secondo i fondatori, offriva «risultati il più possibile scientifici» (si troveranno benissimo all'interno di Google). ⁸² Tuttavia, la scienza offerta prima da Zagat e ora da Yelp è la scienza dell'aggregazione di opinioni su esperienze gastronomiche: niente a che vedere con la critica gastronomica praticata da Wheaton e da Claiborne, perché non ha i mezzi per parlare di eccellenza in termini complessi. I ristoranti che ottengono pochi voti positivi su Yelp difficilmente otterranno buoni voti dai critici gastronomici – questo aspetto li accomuna – e un cattivo servizio, come il cibo cattivo, è facile da riconoscere. I buoni ristoranti, però, possono essere tali per tutta una serie di ragioni – dalla costanza qualitativa al rispetto di particolari standard culinari – che non è detto siano colte da recensori non professionisti. Se l'obiettivo è quello di far sì che i consumatori vadano in determinati posti a riempirsi lo stomaco con cibo gradevole tra una foto caricata su Instagram e un aggiornamento postato su Twitter, allora Yelp va benissimo. Se invece si pensa che la cucina sia un'arte con i suoi particolari standard di eccellenza e la sua tradizione culturale e artigianale, se si ammette che la cucina abbia anche la missione di educare e provocare, allora forse Yelp non è più sufficiente. Per il critico gastronomico, anche i «ristoranti non-databasati» – per usare l'originale espressione dello scrittore Joshua Cohen ⁸³ – meritano a volte di essere visitati; per il tipico utente di Yelp, se un ristorante non è su Yelp è come se non esistesse veramente.

Questo discorso non intende trasformarsi in una di quelle tirate «dilettanti contro professionisti» che animano così tanta parte del nostro dibattito su Internet. Il genere di competenza richiesta per produrre un servizio giornalistico o un articolo di enciclopedia è probabilmente molto diverso da quello che ci vuole per scrivere la recensione di un ristorante. Non dovremmo cedere all'internet-centrismo pensando che «Internet» non rovini nulla o rovini tutto. Né dovremmo trasformarla in un feticcio per via di quel che ci consente di fare.

Sono i guru pro Internet che trasformano qualsiasi critica rivolta alle carenze di siti come Zagat e Yelp in una grandiosa metanarrazione sul disprezzo delle élite nei confronti delle masse: un disprezzo che «Internet», affermano, finirà per eliminare. L'internet-centrismo è sommamente distruttivo quando dipinge alcune preoccupazioni fondate sull'incongruenza tra ciò che i nuovi strumenti e le nuove soluzioni digitali offrono e i problemi che si propongono di risolvere come gli ennesimi esempi di resistenza luddista e conservatrice.

Si consideri il caso del critico gastronomico Steven Shaw, che nel 2000 ha pubblicato sulla rivista «Commentary» un provocatorio saggio intitolato *The Zagat Effect*. Shaw rivolgeva una lunga serie di critiche a Zagat, sottolineando alcuni problemi strutturali insiti nella sua attività. Una delle obiezioni era che la definizione di eccellenza adottata da Zagat era inadeguata per la critica gastronomica. Shaw faceva notare che la ragione per cui lo Union Square Café era salito al primo posto nella classifica dei ristoranti di New York stilata da Zagat era che questo locale era il primo dell'elenco sotto la domanda: «Quali sono i ristoranti di New York che preferite?». ⁸⁴ Nella classifica di Zagat c'erano ristoranti che avevano un punteggio migliore per quanto riguarda il cibo, l'arredamento e il servizio, cioè i pilastri della critica gastronomica tradizionale. Insomma, concludeva Shaw, «se volete sapere quanto è buono un ristorante, le valutazioni basate sulla media si rivelano gravemente ingannevoli». ⁸⁵

Mettere lo Union Square Café al primo posto è come dire che *American Pie* è il miglior film del 1999 perché il 40 per cento di chi ha risposto a un sondaggio l'ha indicato come film preferito del 1999, mentre *American Beauty*, *Matrix* e *Fight Club* – tutti usciti nello stesso anno – hanno ricevuto solo il 20 per cento di preferenze ciascuno. Shaw mostra che non solo queste misurazioni sono inutili, ma non valutano certo l'eccellenza di cui i critici gastronomici vanno in cerca. Dunque, scrive Shaw, «lo Union Square Café è sì un ottimo ristorante, apprezzato da molti newyorchesi per il servizio squisitamente cordiale – è forse il più alla mano tra i migliori ristoranti di New York – e per il cibo semplice ma dai sapori intensi; però, con tutto il rispetto per questo locale giustamente amato, è palesemente assurdo metterlo davanti a una dozzina di altri locali, e penso, in particolare, a ristoranti di livello mondiale come Lespinasse, Jean Georges e Daniel». ⁸⁶

Clay Shirky racconta la stessa storia in *Cognitive Surplus*, e la sua versione, schiumante di rabbia populistica e antisistema contro i critici di professione, assicura che, grazie a «Internet», la gente potrà finalmente fare a meno delle loro sofisticate pretese. Shirky protesta perché «Shaw ... non spiega da nessuna parte perché preferire lo Union Square Café sia palesemente ridicolo, né motiva il “livello internazionale” di Lespinasse». ⁸⁷ E invece Shaw spiega chiaramente

perché è assurdo: secondo la classifica di Zagat, lo Union Square Café è inferiore a Lespinasse in fatto di qualità del cibo, arredamento e servizio, eppure figura come il migliore ristorante di New York. Shaw non è uno snob che disprezza le persone normali che escono a cena; il punto è che anche queste ultime assegnano ad altri ristoranti i punteggi più alti sulla base di criteri che sembrano più rilevanti per l'esperienza gastronomica.

Shirky, però, trasforma la critica rivolta da Shaw ai pregiudizi impliciti nei metodi di Zagat in un attacco contro la gente comune. E così, nella migliore tradizione dell'internet-centrismo, si lancia in un'invettiva contro i critici elitari. Shirky sostiene, per esempio, che Shaw «non ha intenzione di condannare lo Union Square come un cattivo ristorante; solo non è il tipo di ristorante preferito dalla gente come lui, cioè gente che mangia al ristorante per motivi professionali ed è felice di ricevere un pizzico di reverenza insieme agli antipastini. Ma, ammettendolo, rischierebbe di compromettere il suo desiderio di guidare i gusti del pubblico». ⁸⁸ La bastonatura riservata a Shaw serve a Shirky per introdurre il suo discorso sulla rottura, quello che assicura che il vecchio mondo è morto e che il nuovo mondo digitale si sta già realizzando. «Quando i critici professionisti fornivano l'unico giudizio pubblicamente disponibile sui ristoranti (e il disprezzo dei critici per il pubblico non era così evidente) la differenza non si sarebbe notata, ma oggi, quando possiamo trovare una risposta aggregata alla domanda “Qual è il vostro ristorante preferito?”, vogliamo quell'informazione, e magari la preferiamo ai giudizi dei critici professionisti.» ⁸⁹

Come accade sempre ai guru di Internet, Shirky non si prende la briga di domandarsi se questa tendenza sia un bene o un male, al di là della vaga sensazione di maggior potere provata dai singoli consumatori. Né gli interessa capire quale valore avessero le recensioni dei ristoranti prima dell'avvento di Zagat e Yelp, e se sia giusto salvaguardarle. Si confronti il fatalismo di Shirky con la difesa della cucina in quanto attività sociale:

È l'ispirazione dei grandi chef ciò che, in definitiva, genera consumatori sensibili e, quindi, la domanda per una cucina sempre migliore. Sotto l'influenza dei sondaggi alla Zagat ... un ristorante che voglia ... prosperare si ritroverà ad assecondare i gusti della media, così come un professore di inglese, dovendo distribuire voti alti agli studenti, finisce inevitabilmente per proporre test più facili e abordabili. Non si ... acquistano ammiratori tra i frequentatori di Zagat se si offre un cucina ricercata, complessa e audace. Per conquistare il lettore di Zagat è sufficiente servire hamburger di tonno (come allo Union Square Café, peraltro buonissimi). ⁹⁰

Certo, si può essere in disaccordo con Shaw sulle finalità, i moventi e le

funzioni sociali della cucina, ma è significativo che Shirky non lo sia affatto: lui è essenzialmente interessato a proporre la sua tesi su «Internet», e con «Internet» quale sua spiegazione causale preferita. La logica qui operante è semplice: prima di Internet c'era la competenza, dopo Internet c'è il populismo; noi siamo dopo Internet, quindi scegliamo il populismo. Per Shirky le cose si verificano spontaneamente – ricordate: è una rivoluzione, e ogni resistenza è vana! – e finché a decidere sarà la gente, non può che essere per il meglio.

Secondo questa logica, che propugna una massiccia partecipazione culturale come un bene in sé, indipendentemente dall'effetto che questa ha sulla cultura stessa, persino la valutazione di album e brani musicali che noi generiamo su iTunes e Spotify potrebbe dopotutto essere preferibile a quelle dei critici musicali di professione. I soluzionisti ne sarebbero felicissimi: queste valutazioni non solo producono opinioni più «obiettive» sull'arte, bensì coinvolgono anche il pubblico nella produzione (o almeno nella valutazione) della cultura e, per questo, sono più democratiche e partecipative. Pertanto, se anche i critici musicali scompariranno, e con essi la logica, nessuno ne sentirà troppo la mancanza.

Questa prospettiva genera svariati problemi. Innanzitutto, tende ad apprezzare la partecipazione alla cultura ben più della cultura stessa. Questo approccio è promosso da considerazioni logistiche, non meccaniche. In altri termini, non sembra avere importanza ciò che la gente ascolta – se Justin Bieber o Stravinskij – purché abbia la possibilità di votare a favore o contro, di creare un meme e farne un video da postare su YouTube. La sociologa Nancy Hanrahan è particolarmente acuta su questo tema:

Non si può negare che l'erosione della competenza culturale resa possibile dalle nuove tecnologie sia democratica, almeno nel senso che favorisce una più ampia partecipazione alla produzione e alla valutazione della cultura. Se la democrazia fosse facilmente quantificabile come le vendite di CD o il numero di click su un particolare sito web, forse la questione potrebbe essere ignorata. Tuttavia, occorre considerare non solo la partecipazione, bensì anche i termini in cui questa si realizza. Se una maggiore partecipazione culturale mediante le tecnologie digitali e le strutture a rete in cui sono incorporate favorisce il mercato, scoraggia l'innovazione artistica e soppianta la riflessione critica sull'arte, su quali basi la si può considerare democratica? Se, al contrario, democrazia significa espansione delle opportunità per la deliberazione, per la sfera pubblica e per un autentico pluralismo, la situazione attuale non corrisponde alla definizione. ⁹¹

Un altro punto cruciale che sfugge ai soluzionisti populistici è che i critici

musicali di professione – e anche i recensori di film e di libri – svolgono molte altre funzioni che non possono essere facilmente delegate alla «gente». Tra queste funzioni c'è quella di individuare gruppi musicali di qualità, innovativi, magari anche provocatori, e di spiegare al pubblico per quale ragione meritino di essere apprezzati, perché – come ha osservato Adorno – «senza competenza, senza una conoscenza abituale e fidata, il nuovo che si viene formando non può essere praticamente compreso». ⁹²

Le persone che scrivono recensioni di brani musicali su iTunes non badano molto a comparare al canone tutti i pezzi che recensiscono né tentano di prevedere quali nuovi stili potranno eventualmente emergere. Lo studioso dei media Ryan Gillespie ha ragione di temere che «la mentalità consumistica delle recensioni incoraggi un approccio all'arte e all'intrattenimento come oggetti da cui trarre piacere, pregiudicando l'apprezzamento e la contemplazione di opere difficili, sperimentali e di avanguardia». ⁹³

Nella maggior parte dei casi, le persone non scrivono recensioni per le ragioni che muovono, invece, i critici di professione: sono piuttosto interessate a recensire la propria personale esperienza, non a trovare il senso di una data opera. Lo scrittore Daniel Mendelsohn giunge al nocciolo di questa differenza quando afferma che «ogni critica si fonda sull'equazione $COMPETENZA + GUSTO = GIUDIZIO FONDATA$. La parola-chiave, qui, è “fondato”. Le persone che hanno una forte reazione a un'opera – come a molti di noi accade – ma non possiedono una più ampia erudizione che possa dar peso alla loro opinione non possono essere considerate alla stregua di critici». ⁹⁴

Non si vuole affermare, qui, che senza le recensioni di iTunes o di Yelp il mondo sarebbe migliore. In linea di principio, saremmo pronti a riconoscere che è importante estendere la partecipazione pubblica in campo culturale se, allo stesso tempo, si difendessero e magari si finanziassero le importanti funzioni civiche assolve dai critici di professione. Arrendersi alla tentazione soluzionista di considerare le nuove piattaforme digitali come versioni più obiettive ed efficienti delle vecchie alternative, inefficienti e gestite da esseri umani, equivale a scegliere un approccio negativo e controproducente che si rifiuta di riconoscere l'immensa importanza del ruolo che la soggettività, l'inefficienza e l'ignoranza hanno nella nostra cultura e nella vita pubblica in generale. «Internet» non può essere una soluzione a queste «carenze» per il semplice fatto che queste non sono affatto carenze, bensì importanti ancorché fragili conquiste che dovremmo salvaguardare.

*
— Mel Gilden, *Britney Spears is a Three-headed Alien*, ibooks Inc, 2001.

*
— Madison Avenue è una strada di New York nota per aver ospitato le maggiori agenzie pubblicitarie americane, mentre K Street è una via di Washington, DC dove hanno sede importanti think tank, gruppi di pressione, lobby, ecc.

**
— La Public Broadcasting Service è una rete televisiva pubblica americana sostenuta da sovvenzioni statali e donazioni di privati. Una delle sue trasmissioni più famose è il programma educativo per bambini *Sesame Street*, che ha fra i suoi protagonisti il pupazzo Big Bird, un gigantesco canarino giallo.

*
— Il termine, che presenta un'evidente assonanza con l'orwelliano Big Brother (Grande Fratello), designa l'insieme delle tecnologie di gestione e utilizzo dell'immenso volume di dati strutturati prodotti incessantemente sui canali del Web.

Meno delitti, più castighi

Immaginate che cosa sarebbe successo se Adamo ed Eva non fossero vissuti in un giardino, bensì in un palazzo elegante. Probabilmente, il divino architetto avrebbe fatto in modo che non vedessero mai mele.

URSULA FRANKLIN ¹

Ciò che l'utopista denuncia non è tanto il male nel senso morale del termine, quanto l'impudenza di un mondo soddisfatto di esistere pur essendo pieno di difetti e imperfezioni: è una condanna ontologica, più che morale. ... Il mondo avversato è il mondo delle tenebre, totalmente pervaso dal male, dal fuoco divorante, dalla falsità e dall'inganno, un mondo di turbolenza, di tenebre, di morte, un mondo in cui le cose buone periscono e i progetti finiscono nel nulla.

THOMAS MOLNAR ²

Con l'adozione delle tecnologie più avanzate, la polizia avrà di certo un luminoso futuro davanti a sé, e non solo perché potrà cercare individui sospetti su Google. Alcune nuove tendenze molto meno evidenti finiranno senz'altro per renderle il lavoro più semplice ed efficace, sollevando spinose questioni sulla privacy, sulle libertà civili e sul diritto a un regolare processo.

Innanzitutto, le attività di vigilanza sono nelle condizioni ideali per approfittare di Big Data. Grazie ai costi decrescenti degli strumenti di registrazione, è oggi possibile individuare e combattere il crimine in tempo reale. Si pensi a Oakland, California. Come molte altre città americane, è piena di sensori e microfoni nascosti che fanno parte di un sistema conosciuto come ShotSpotter. ³ Questo sistema non solo rileva i colpi d'arma da fuoco, bensì ne individua la provenienza. Un operatore in carne e ossa verifica poi che si tratti davvero di colpi d'arma da fuoco e informa la polizia. Tali sistemi non costano poco – ShotSpotter pare richieda da 40.000 a 60.000 dollari per 2,5 chilometri

quadrati di territorio – ma non sono certo l’ultima parola nel campo della sorveglianza anticrimine. Perché dotarsi di costosi microfoni, quando gli smartphone possono svolgere tranquillamente la stessa funzione? Si tratta solo di creare applicazioni invitanti e non intrusive e di trovare i giusti incentivi – magari appellandosi alla coscienza morale dei cittadini o trasformando la segnalazione dei reati in un gioco – in modo che chiunque possa sopperire alle mancanze di sensori difettosi e operatori distratti.

Non è difficile immaginare modi per migliorare un sistema come ShotSpotter. I dispositivi per la rilevazione di colpi d’arma da fuoco sono per loro natura reattivi: può darsi che aiutino la polizia a sventare crimini o a intervenire prontamente, ma non servono certo a sradicare la criminalità. Il costo decrescente dei computer, i considerevoli progressi nel campo della tecnologia dei sensori e la possibilità di attingere a vasti database online ci permette di passare dall’identificazione del crimine nel momento in cui viene compiuto – che poi è il modo di operare di ShotSpotter – alla sua previsione, per prevenirlo. Nuovi sistemi di gran lunga più sofisticati, anziché limitarsi a rilevare i colpi d’arma da fuoco, possono concentrarsi sui rumori che hanno preceduto gli spari in circostanze precedenti. E qui entrano di nuovo in gioco le tecniche e le ideologie di Big Data, secondo le quali, con un’analisi più estesa e approfondita delle informazioni sui crimini precedenti e con sofisticati algoritmi, è possibile prevedere – e prevenire – il crimine. Si tratta di una pratica conosciuta con il nome di «polizia predittiva», e benché abbia pochi anni di vita, molti la considerano una vera e propria rivoluzione nel modo di operare delle forze dell’ordine. È la quintessenza del soluzionismo: difficile trovare un esempio migliore di come la tecnologia e Big Data possano essere messi in campo per risolvere il problema della criminalità eliminando semplicemente il crimine. Sembra fin troppo facile e logico: chi non vorrebbe prevenire un crimine, evitare che venga commesso?

La polizia americana nutre un particolare entusiasmo nei confronti delle tecniche predittive, annoverate dalla rivista «Time» fra le più importanti invenzioni del 2011, e i paesi europei, soprattutto la Gran Bretagna, si stanno lentamente aggiornando. Il dipartimento di polizia di Los Angeles (LAPD), per esempio, si avvale di un software chiamato PredPol.⁴ Questo programma analizza anni di statistiche pubbliche su reati contro la proprietà quali rapine e furti d’auto, divide il territorio da pattugliare in zone di circa 150 metri quadrati l’una, calcola la distribuzione storica e la frequenza dei crimini reali compiuti, e poi indica ai poliziotti quali aree controllare con maggiore attenzione.

È molto meglio – e potenzialmente meno costoso – prevenire un crimine piuttosto che intervenire e indagare dopo che è stato commesso. Anche se la

pattuglia non riesce a sorprendere criminali in azione, la sua presenza in un determinato luogo e momento ha comunque una funzione deterrente. E in certi casi è persino possibile che la polizia mandi a monte un'attività criminosa in corso. Nel giugno 2012 l'Associated Press ha dato notizia di un capitano della polizia di Los Angeles che dubitava dell'utilità di mandare agenti in una certa zona ai margini della sua area di competenza, contrariamente alle raccomandazioni di PredPol. Al momento, come previsto dal capitano, gli agenti non avevano trovato nulla, ma tornando sul posto alcune sere dopo avevano sorpreso un uomo intento a rompere una finestra. Uno a zero per PredPol?

I test cui sono stati sottoposti PredPol e altri programmi simili sono in corso da troppo poco per poter essere considerati definitivi. Eppure, i risultati a medio termine sono notevoli. A Los Angeles, cinque divisioni della polizia che lo utilizzano nel pattugliamento di un territorio popolato da circa 1 milione 300.000 abitanti hanno registrato un calo dei reati di circa il 13 per cento. Anche la municipalità di Santa Cruz, da quando ha cominciato a utilizzare PredPol, ha visto diminuire le rapine di circa il 30 per cento. Simili statistiche si registrano anche in altri dipartimenti di polizia degli Stati Uniti. Inoltre, di recente sono stati costruiti potenti sistemi che possono essere riconfigurati con facilità al fine di rispondere a esigenze predittive sempre nuove. Si pensi all'ultima innovazione del dipartimento di polizia di New York – il cosiddetto «Domain Awareness System» (sistema di conoscenza del territorio) – che integra i dati raccolti da tremila telecamere a circuito chiuso con il registro degli arresti, le chiamate al numero 911, la tecnologia per il riconoscimento delle targhe e i rilevatori di radiazioni.⁵ È in grado di monitorare le situazioni critiche in tempo reale e ha a disposizione un'enorme quantità di dati per comprendere quel che sta succedendo. Da qui a prevedere quel che potrebbe accadere in futuro il passo non è poi così lungo.

Se le «predizioni» di PredPol vi paiono familiari è perché i suoi metodi si ispirano a quelli delle maggiori compagnie di Internet. Nel 2009 un veterano della polizia di Los Angeles lodava sulla rivista «The Police Chief» la capacità di Amazon di «comprendere i gruppi particolari all'interno della sua clientela e di individuare i loro modelli di acquisto», grazie a cui sarebbe in grado «non solo di prevedere, bensì anche di incentivare o altrimenti plasmare il loro comportamento futuro».⁶ Così come gli algoritmi di Amazon consentono di prevedere quali libri potreste acquistare in futuro, algoritmi simili potrebbero suggerire alla polizia con quale frequenza – e dove – determinati crimini potrebbero ripetersi. Avete mai rubato una bicicletta? Allora potreste essere interessati anche a rapinare un negozio.

Qui, però, si ripresenta l'eterno dilemma degli algoritmi: la loro presunta

obiettività e la loro oggettiva mancanza di trasparenza. Non siamo autorizzati a esaminare gli algoritmi di Amazon, giacché sono del tutto opachi e refrattari ai controlli esterni. Amazon sostiene, forse non a torto, che la segretezza le consente di mantenere la propria competitività. Ma è lecito applicare la stessa logica all'attività di vigilanza? Se non si possono controllare gli algoritmi – come probabilmente succederà anche nel caso dei programmi predittivi della polizia, dato che sono messi a punto da aziende private – nessuno potrà sapere quali pregiudizi e pratiche discriminatorie contengano. E gli algoritmi stanno prendendo sempre più piede anche in molti ambiti del nostro sistema giudiziario: per esempio, vengono usati per calcolare quante probabilità ha un certo pregiudicato – in libertà condizionale o vigilata – di uccidere o di essere ucciso. Questo algoritmo, sviluppato da un professore della University of Pennsylvania, è stato utilizzato a Baltimora, Philadelphia e Washington, DC. Simili informazioni probabilistiche possono poi influenzare le richieste di pena e l'ammontare delle cauzioni, quindi non sono cosa da poco.

Ma come facciamo ad accertarci che gli algoritmi impiegati per le previsioni non riflettano i pregiudizi dei loro creatori? Per esempio, i reati vengono perlopiù commessi in zone povere e multietniche. Gli algoritmi – con la loro presunta obiettività – non potrebbero rafforzare ulteriormente i pregiudizi razziali? Oggi, nella maggior parte dei regimi democratici, per fermare persone nei luoghi pubblici e perquisirle la polizia deve avere una causa probabile: elementi di prova, non semplici supposizioni. Ma una volta armata di simili software, non potrebbe sostenere di aver agito sulla base degli algoritmi? E come faranno gli algoritmi a testimoniare in tribunale? È probabile che i sostenitori della neutralità tecnologica tralascino questioni del genere per concentrarsi sui vantaggi astratti che gli algoritmi offrono alle forze dell'ordine, mentre i fautori del tecnostutturalismo, già abbastanza consapevoli dei problemi, dei limiti e dei pregiudizi che caratterizzano le attuali pratiche di vigilanza, avranno un approccio più critico. Il docente di diritto Andrew Guthrie Ferguson ha studiato a fondo le tecnologie predittive della polizia. Pur non negandone i grandi vantaggi, invita a non riporre troppa fiducia negli algoritmi e a non soccombere al riduzionismo informativo. «Gli algoritmi predittivi non sono sfere di cristallo in grado di prevedere i reati futuri, bensì modelli probabilistici di eventi futuri basati sulle presenti vulnerabilità ambientali» osserva.⁷

Ma perché funzionano? Ferguson afferma che un crimine viene commesso non perché ne sia stato perpetrato un altro in passato, bensì perché «la vulnerabilità ambientale che ha creato le condizioni per il primo reato non è stata ancora risolta».⁸ Se, dopo aver letto la fosca previsione di un ulteriore furto d'auto, la polizia vede all'interno di una delle zone indicate un uomo con un

cacciavite in mano, l'arresto dello stesso sulla base di un ragionevole sospetto potrebbe essere giustificato (cioè potrebbe essere difficile negarne la legalità in tribunale). Ma, continua Ferguson, se la polizia avesse arrestato il giorno prima la banda criminale responsabile dei crimini precedenti, senza però aggiornare il modello con questa nuova informazione, la previsione dovrebbe essere invalidata, e la polizia dovrebbe trovare un'altra causa probabile per fermare il soggetto in questione. Se la polizia lo arresta ugualmente, in tribunale non dovrebbe avere la possibilità di dire: «Ce l'ha suggerito il modello predittivo». Questo, tuttavia, potrebbe non risultare così chiaro alla persona fermata, che magari non ha familiarità con i programmi informatici e i suoi algoritmi.

Poi c'è il problema dei reati non denunciati, che riguarda non tanto gli omicidi, quanto gli stupri e le violazioni di domicilio. Anche in assenza di denunce, la polizia locale sviluppa la capacità di capire quando sta succedendo qualcosa di strano nella sua zona di competenza. I metodi predittivi rischiano invece di sostituire tale conoscenza intuitiva con un'ingenua fiducia nel potere informativo della statistica. Se per prevedere i reati e guidare l'operato della polizia si usano solo i dati sui reati denunciati, alcuni tipi di reato potrebbero essere trascurati e quindi rimanere impuniti.

Come regularsi, dunque, con gli algoritmi? Di questi tempi lo si sente dire di rado, ma a questo riguardo c'è molto da imparare dal settore finanziario. Per esempio, nell'agosto 2012, dopo alcuni disastri causati dal trading algoritmico, le autorità finanziarie di Hong Kong e Australia hanno proposto l'istituzione di controlli regolari e indipendenti su progetti, sviluppi e modifiche dei sistemi informatici utilizzati per il trading algoritmico.⁹ Così come i supervisori finanziari possono controllare il bilancio di un'azienda, i supervisori informatici avrebbero potuto verificare il buon funzionamento dei suoi algoritmi. Mentre questi ultimi entrano sempre più spesso nella nostra vita quotidiana – da Autocomplete di Google a PredPol – pare saggio sottoporli a verifiche regolari da parte di terzi qualificati e possibilmente dotati di senso civico. Un vantaggio di questa soluzione è che non richiede alle aziende sottoposte ai controlli di rivelare pubblicamente i propri segreti commerciali, che poi è l'obiezione principale – sollevata, come si può bene immaginare, dalle società di software – contro una maggiore trasparenza degli algoritmi.

Sei in arresto, grazie a Facebook

La polizia trova potenti alleati anche nella Silicon Valley. Aziende come Facebook hanno cominciato a usare gli algoritmi e i dati storici per stabilire quali utenti potrebbero commettere reati utilizzando i loro servizi. Ecco come

funziona. I sistemi predittivi di Facebook sono in grado di qualificare certi utenti come sospetti esaminando determinate tendenze comportamentali: per esempio, un soggetto scrive messaggi solo a minorenni; la maggior parte dei suoi contatti è di sesso femminile; scrive parole chiave come «sesso» e «appuntamento». Gli addetti possono poi esaminare ogni singolo caso e, se necessario, denunciarlo alla polizia. I timori di Facebook per il proprio marchio sono ovvi: nessuno deve pensare che la sua piattaforma online dia rifugio a criminali.

Nel 2011 Facebook ha cominciato a utilizzare PhotodNA, un servizio Microsoft che permette di analizzare tutte le foto caricate e di confrontarle con immagini pedopornografiche raccolte dal National Crime Information Center dell'FBI. ¹⁰ Da allora ha esteso le proprie analisi anche ad altri ambiti, oltre a quello della fotografia. Verso la metà del 2012 la Reuters ha pubblicato un articolo in cui raccontava di come Facebook, armata dei suoi algoritmi predittivi, avesse intercettato un uomo di mezza età che, chattando di sesso con una ragazzina di tredici anni, le aveva dato appuntamento per il giorno dopo. La polizia si è messa in contatto con la giovane, le ha sequestrato il computer e ha rintracciato l'uomo. Facebook possiede dunque algoritmi di sorveglianza all'avanguardia: così come i dipartimenti di polizia utilizzano statistiche relative ai reati commessi, Facebook attinge da archivi di chat reali che hanno preceduto aggressioni sessuali reali. È interessante notare come Facebook giustifichi l'utilizzo degli algoritmi sostenendo che tendono a essere meno intrusivi degli esseri umani. «Non abbiamo mai puntato a creare un ambiente in cui il nostro personale possa curiosare nelle comunicazioni private degli utenti; a tale scopo è fondamentale impiegare tecnologie con un tasso molto basso di falsi positivi» ha dichiarato alla Reuters il responsabile della sicurezza di Facebook. ¹¹

È difficile criticare l'applicazione di questi metodi alla lotta contro i predatori sessuali a caccia di bambini (inoltre, può essere che Facebook non possa fare altrimenti, dato che le attuali leggi statunitensi a tutela dell'infanzia impongono alle piattaforme online utilizzate da minori di vigilare sui predatori). Ma è giusto consentire a Facebook di predire reati di altra natura? In fin dei conti, potrebbe rendere molti altri servizi alla polizia: scovare potenziali trafficanti di droga, identificare potenziali violatori di copyright (Facebook impedisce già ai propri utenti di condividere link di molti siti di file sharing) e individuare, soprattutto dopo le rivolte del 2011 in Gran Bretagna, la prossima generazione di rivoltosi. E una volta che tali dati sono disponibili, diventa quasi impossibile resistere alla tentazione di utilizzarli. Così è accaduto dopo la strage del cinema di Aurora, in Colorado, nel giugno 2010, dove un uomo armato di fucile aveva ucciso dodici persone. Un articolo pubblicato sul «Wall Street Journal» poco dopo la strage titolava: *Il data mining può fermare le stragi?* ¹² Fra non molto potremo

rispondere in modo affermativo a questa domanda.

Nella previsione dei reati, le compagnie di Internet sono per molti versi avvantaggiate rispetto alla polizia. Se quest'ultima ha bisogno di un mandato per accedere alle informazioni private di una persona, entità come Facebook possono frugare a piacimento fra i dati dei propri utenti. Dal punto di vista delle forze dell'ordine, potrebbe essere conveniente affidare tutto il lavoro sporco a Facebook, perché le indagini della piattaforma online non sono soggette alle regole dei tribunali. Se Facebook si sente abbastanza sicuro sul piano finanziario da non essere obbligato a trasformare questa attività in un vero e proprio business, preferendo invece alimentare la propria fama di «buon cittadino», aziende più piccole potrebbero anche non resistere alla tentazione di rapidi guadagni. Nel 2011 TomTom, la società del navigatore satellitare che ora ha venduto una parte della sua onnipotente tecnologia alla Apple, è stata protagonista di uno scandalo per violazione della privacy, quando si è scoperto che aveva venduto alla polizia dati ricavati dai navigatori GPS delle auto di propri clienti. ¹³ Il paladino della privacy Chris Soghoian ha documentato la creazione, da parte di varie compagnie di Internet e società di telefonia mobile, di semplici interfacce per «intercettazioni a pagamento» a uso delle forze dell'ordine. ¹⁴

Anche le informazioni accessibili al pubblico sono lì, a disposizione di chi le vuole. La polizia, spesso con l'aiuto di società private, analizza già i siti dei social network in cerca di indizi di disordini. Il titolo di una brochure di Accenture esorta le forze dell'ordine a «connettersi alla potenza dei social media per migliorare i propri risultati». ¹⁵ Sono numerose le aziende ansiose di dare una mano. ECM Universe, una società da poco fondata in Virginia, promuove il proprio sistema chiamato «Rapid Content Analysis for Law Enforcement» (analisi rapida dei contenuti a uso delle forze dell'ordine), descritto come una «soluzione per la sorveglianza dei social media che fornisce un monitoraggio in tempo reale di gruppi di Twitter, Facebook e Google e di molte altre comunità dove gli utenti si esprimono liberamente». ¹⁶ La «soluzione» sottolinea la brochure «impiega strumenti di analisi del testo per mettere in relazione espressioni minacciose e soggetti da sorvegliare, per poi informare gli investigatori in caso di segnali preoccupanti». ¹⁷ Che tipo di segnali? Un recente articolo pubblicato dal «Washington Post» afferma che la ECM Universe ha aiutato le autorità di Fort Lupton, in Colorado, a identificare un uomo che scriveva su Twitter frasi minacciose tipo «uccidere persone» e «bruciare quella scuola di... [parolaccia]». ¹⁸ Si tratta di un esempio abbastanza inequivocabile, ma se il tizio si fosse limitato a scrivere qualcosa come «far male a qualcuno» o «abbasso la polizia»?

A poco a poco, aziende come la ECM Universe, riempiendo enormi archivi con

i tweet e gli aggiornamenti su Facebook dei pregiudicati, saranno anche in grado di stabilire quali sono gli indizi verbali non minacciosi che tendono a precedere i reati. Insomma, potreste ritrovarvi la polizia alla porta anche solo se scrivete su Twitter che non vi piace lo yogurt che state mangiando, soprattutto se tre anni prima qualcuno ha scritto la stessa frase e poi ha sparato in faccia a qualcuno.

A differenza di Facebook, però, la polizia e le società esterne non sono in grado di monitorare tutto quel che fanno gli utenti sulle piattaforme dei social media, cioè le loro comunicazioni private e le loro azioni «silenziose», come cliccare sui link o aprire pagine web. Facebook, Twitter, Google e simili, invece, sanno tutto, perciò la loro capacità predittiva è molto più grande di quella della polizia. Possono persino suddividere gli utenti in base alla probabilità che compiano certe azioni.

Una valida dimostrazione di come un simile sistema possa essere utilizzato a fini malvagi ci è offerta da *The Silicon Jungle*, un testo che ha tutte le caratteristiche di un romanzo, ma è stato scritto da uno specialista della raccolta dati di Google ed è uscito nel 2011 per i tipi della Princeton University Press, che non è solita pubblicare opere di fiction.¹⁹ La vicenda è ambientata nel centro di data mining di Ubatoo – un motore di ricerca incredibilmente simile a Google – dove uno stagista estivo sviluppa il «Terroristometro», un metodo per calcolare l'attitudine al terrorismo di ogni utente. Chi non è soddisfatto del punteggio ottenuto può impegnarsi per correggerlo, fornendo ulteriori informazioni su di sé. D'acchito pare un'idea folle, ma la cultura aziendale di Ubatoo è talmente ossessionata dall'innovazione – forse un'altra allusione a Google – da concedere carta bianca agli stagisti, cosicché il progetto va avanti.

Per costruire il «Terroristometro», il ragazzo stila una lista di libri «significativi», che indicano un potenziale interesse del lettore per le attività sovversive, e cerca i nomi degli utenti che li hanno acquistati presso le rivendite online di Ubatoo. Poi trova i siti frequentati dagli stessi utenti e, tramite gli URL, individua altre persone, e così via, finché raggiunge il magico numero di cinquemila. Lo stagista viene presto preso di mira da un'organizzazione terroristica simile ad al-Qaeda, che desidera accaparrarsi i nomi nell'ambito della propria campagna di reclutamento, e da varie agenzie di intelligence e del dipartimento della Difesa, che non vedono l'ora di spedire preventivamente i cinquemila a Guantánamo.

Non sappiamo se Facebook possieda qualcosa di simile a un «Pedofilometro». Ma se si pensa alle estese analisi che già conduce sui suoi utenti, probabilmente non sarebbe molto difficile realizzarne uno, e non solo per assegnare un punteggio ai pedofili. Che dire di un «Drogometro»? O, come piacerebbe moltissimo a Joseph McCarthy, di un «Comunistometro»? Se si mettono insieme

dati a sufficienza e si utilizzano gli algoritmi giusti, tutti rischiamo di apparire sospetti. Che cosa succederebbe se Facebook ci denunciasse alla polizia prima ancora che abbiamo commesso un reato? Come personaggi di un romanzo di Kafka, ci affanneremmo per cercare di capire che cosa abbiamo fatto di preciso e passeremmo il resto dei nostri giorni a cercare di provare la nostra innocenza? Facebook sarebbe forse disposto a restituirci una buona reputazione in cambio di una certa somma di denaro? E se gli algoritmi fossero sbagliati?

La polizia predittiva sarà forse promettente, ma è anche pericolosa. L'impulso soluzionista va tenuto a bada. La polizia deve sottoporre i propri algoritmi all'esame di enti esterni e correggere i propri pregiudizi. Un social network deve informare chiaramente sulle proprie operazioni di polizia predittiva interna e dichiarare in che misura «classifichi» gli utenti e fornisca dati alla polizia. Può essere che Facebook sia più efficace della polizia nella previsione dei reati, ma non per questo è autorizzato a svolgere tali funzioni senza rispettare le stesse regole cui è soggetta la polizia in un regime democratico. Non è lecito aggirare le procedure legali e sovvertire le norme democratiche solo in nome di una maggiore efficienza.

Perché dovrete prendere il metrò a Berlino

Quello della polizia predittiva potrebbe sembrare un metodo troppo opprimente, ma in confronto ad altre tecniche impiegate negli ultimi tempi pare addirittura umanitario e progressista. Informando gli agenti di pattuglia della probabilità di un crimine lì si induce semplicemente a recarsi nel luogo indicato e a svolgere il loro lavoro; non è che mettano in carcere tutti i potenziali delinquenti o costruiscano un muro intorno all'area dove potrebbe verificarsi il crimine. Questa opzione sarebbe troppo draconiana e costosa, e la polizia, con le risorse di cui dispone, non può metterla in pratica.

Ma le situazioni non sono sempre così chiare. Poniamo, per esempio, che la polizia sappia che ogni venerdì sera cresca il numero di guidatori in stato d'ebbrezza in uscita dai locali notturni (si spera che sia in grado di intuirlo senza l'aiuto di programmi predittivi). Le forze dell'ordine possono semplicemente mandare più agenti a pattugliare le zone in questione. Ma arresteranno proprio tutti gli automobilisti in stato d'ebbrezza? Probabilmente no. Oppure potrebbero adottare un'altra strategia e cercare di impedire agli ubriachi di mettersi al volante. Magari si potrebbe imporre a tutti coloro che entrano nei locali portando con sé le chiavi dell'auto di consegnarle non appena acquistano una bevanda alcolica. O, più realisticamente, fare in modo che le auto siano dotate di moderni dispositivi di analisi del fiato che, se l'autista ha bevuto, bloccano l'accensione

del veicolo. Non sarebbe, quest'ultimo, un sistema assai migliore per la polizia? In tal modo, non dovrebbe sprecare risorse preziose, il livello di rispetto della legge salirebbe al cento per cento, e persino problemi indiretti come la discriminazione e i pregiudizi razziali da parte degli agenti sarebbero elusi, perché non ci sarebbe più nessuno che ferma le auto per effettuare i controlli (almeno non quelli per sospetta guida in stato d'ebbrezza).

L'approccio criminologico noto come «prevenzione situazionale», molto diffuso sin dall'inizio degli anni Ottanta, si fonda sul presupposto secondo cui è l'occasione a fare il ladro, al punto che gli ambienti dovrebbero essere progettati in modo da precludere qualsiasi possibilità di reato. A differenza dei precedenti metodi improntati all'assistenza, che si concentravano sul recupero del criminale e sul miglioramento delle sue condizioni sociali – ritenute fattore fondamentale nell'induzione alla criminalità –, i sistemi ispirati alla prevenzione non si preoccupano di questioni morali o di recupero. E non cercano neppure di riabilitare i delinquenti invitandoli a riflettere su quel che hanno fatto. La prevenzione situazionale non vede nulla di deviante nella criminalità, bensì la considera una cosa assolutamente normale e naturale ove manchino barriere e controlli.

Come scrive il criminologo David Garland nel suo fondamentale saggio *The Culture of Control*, teorie come quella della prevenzione situazionale, che lui definisce «criminologie della vita quotidiana», partono dal seguente presupposto: «La criminalità è un evento – o meglio, una massa di eventi – che non richiede particolari motivazioni o predisposizioni, patologie o anormalità, bensì rientra nella routine della vita socio-economica contemporanea». ²⁰ Di conseguenza, progettando l'ambiente nel modo giusto sarebbe possibile eliminare del tutto la criminalità o, perlomeno, ridurla. «L'attenzione non dovrebbe concentrarsi sugli individui, bensì sulla routine delle loro interazioni, sulla progettazione degli ambienti e sulla struttura dei controlli e degli incentivi cui gli individui sono sottoposti. Insomma, si consiglia di sostituire la prevenzione alla cura» osserva Garland. ²¹

Per vedere in azione la logica della prevenzione situazionale si considerino i progetti dei tornelli della metropolitana in varie città. A New York ci sono molti tornelli alti che, se non si è in possesso di biglietti falsi, sono pressoché impossibili da aggirare (anzi, l'installazione a New York è avvenuta in violazione delle norme statali antincendio, che richiedevano maggiori spazi per l'uscita). L'impossibilità di ingannare il sistema può avere conseguenze drammatiche in casi di emergenza. Nel libro *Against Security*, il sociologo Harvey Molotch descrive un caso in cui la polizia di New York era intervenuta in ritardo in una sparatoria sulla banchina del metrò perché non disponeva di

biglietti e non poteva aggirare i tornelli troppo alti. ²² Nel frattempo, la vittima dell'aggressione era morta.

La metropolitana di Berlino funziona in modo completamente diverso: in teoria, bisognerebbe acquistare e timbrare un biglietto, ma siccome non ci sono tornelli, di fatto è possibile viaggiare anche senza. Il passeggero senza titolo di viaggio, se sorpreso da un controllore, deve però pagare una multa. Il sistema di New York ti costringe ad acquistare il biglietto; quello di Berlino, pur minacciandovi con una multa, si appella anche al vostro senso civico. Come scrivono due importanti fautori della prevenzione situazionale, «sul piano etico è più coerente organizzare la società in modo che la gente non abbia neanche la tentazione di delinquere, anziché disseminare tentazioni e poi punire coloro che ci cadono». ²³ Secondo questo punto di vista, il sistema di New York non solo è più efficace, ma è anche preferibile sul piano etico.

Autovetture che non si mettono in moto se il conducente ha bevuto alcol, comunità recintate che non tollerano intrusi, ponti da cui è impossibile gettarsi, sistemi di pagamento dei trasporti pubblici che risparmiano ai conducenti il compito di tenere denaro in contanti, diminuendo così l'incidenza delle rapine: ecco una serie di esempi di prevenzione situazionale. Quest'ultima, in sintesi, fa ricorso a cinque leve – aumento dei rischi, aumento dello sforzo, riduzione del ricavo, riduzione delle tentazioni e riduzione delle giustificazioni ²⁴ – e almeno una di queste, solitamente, si traduce in una trasformazione materiale dell'ambiente finalizzata alla prevenzione (per esempio, obbligare i viaggiatori quando salgono sull'autobus a inserire monete in scatole di ferro aumenta lo sforzo del delinquente potenziale, poiché sarà costretto a rompere la scatola o almeno ad asportarla, e ne riduce il guadagno, perché il conducente non avrà con sé denaro per dare i resti, e quindi ci sarà meno da rubare). La prevenzione situazionale comporta quasi sempre interventi tecnici o manipolazioni tecnologiche: le auto che non si mettono in moto richiedono dispositivi di analisi del fiato, e le comunità recintate necessitano della presenza di telecamere, di cancelli intelligenti e, negli ultimi tempi, di forme avanzate di identificazione biometrica. Le attività con minor contenuto tecnologico – per esempio, la lettura di un libro – offrono meno possibilità di intervento di prevenzione situazionale rispetto a quelle dominate dalla tecnologia, come viaggiare in metropolitana o guidare un'auto.

Tuttavia, a mano a mano che la tecnologia si estende a un numero sempre maggiore di attività, le cose potrebbero cambiare in fretta. Se si passa dal libro di carta all'e-book, si crea improvvisamente l'occasione per un intervento di prevenzione situazionale, perché un tecnico potrebbe, poniamo, limitare le operazioni consentite al lettore. Per esempio, potrebbe togliere le sottolineature,

eliminare l'anonimato e le oscenità presenti nel testo. O poniamo che voi continuiate a leggere il vostro libro di carta ma, anziché usare i vecchi occhiali da lettura, inforcate un paio di occhiali progettati da Google. L'azienda dispone anche di tecnologia brevettata per il riconoscimento degli oggetti presenti nei video senza alcun bisogno di interventi umani. Se si combinano gli occhiali con la nuova tecnologia di riconoscimento degli oggetti, il margine di intervento si estende in modo considerevole: ai maschi carichi di alcol e testosterone potrebbe essere impedito di vedere immagini femminili. O poniamo che voi vogliate leggere il libro sul computer e che, siccome oggi la lettura è considerata una specie di gioco di società da svolgere con gli amici, lo apriate all'interno di Facebook. Immaginiamo che sia uno di quei libri «significativi» utilizzati per progettare il Terroristometro e che il punteggio ottenuto faccia di voi qualcosa di molto simile a un individuo sospetto. Quale sostenitore della prevenzione situazionale non vorrebbe indurre Facebook a impedirvi di accedere al testo o ad avvisare il dipartimento della Sicurezza nazionale quando siete ancora al terzo capitolo?

Simili interventi altamente personalizzati non sono mai stati frequenti nel normale contesto della prevenzione situazionale, dato che gli ambienti tecnologici sono stati progettati per le masse, e non per gli individui. Di recente, però, si sono registrate due tendenze significative. Innanzitutto, la guerra al terrorismo, con la sua panopia di misure fondate sulla prevenzione del rischio, ha di fatto sdoganato l'idea per cui le persone che corrispondono a determinati profili meritano un trattamento diverso dalle altre (basti osservare quel che succede negli aeroporti): tali individui possono essere identificati e separati dagli altri solo mediante una certa personalizzazione. In altri termini, è possibile prevenire non solo i reati veri e propri, bensì persino gli pseudoreati, cioè le azioni che diventano «criminali» semplicemente perché vengono compiute da persone che corrispondono a un determinato profilo (in questi casi, la prevenzione situazionale sembra una specie di selezione, piuttosto che un'operazione di polizia). Inoltre, la proliferazione delle piattaforme commerciali su cui vengono create e distribuite idee – YouTube, iTunes, KindleStore, Google Play – ha messo molte azioni individuali (fra cui i discorsi) alla mercé dei capricci delle aziende, non dei governi. Quando lo Zio Sam ti dice di stare zitto, è censura; quando te lo dice Apple, è solo una clausola contrattuale scritta da qualche parte nelle condizioni di servizio (che in ogni caso nessuno legge mai). La polizia ha bisogno di avere una causa probabile per sorvegliare le vostre comunicazioni private su Facebook, mentre Facebook può farlo perché... be', perché può farlo e basta, e dispone degli algoritmi giusti.

Eppure non ci sono motivi evidenti per cui la prevenzione situazionale

dovrebbe destare preoccupazione: in fin dei conti, eliminare la criminalità – con o senza le tecnologie digitali – è una cosa positiva, no? Ecco uno dei casi in cui, concentrandosi solo sull'efficienza, si rischia di non tener conto di come il progetto della difesa della legalità dovrebbe forse mirare anche ad altri obiettivi. Ricorderete l'elegante schema perversità - futilità - messa a repentaglio di Albert Hirschman, di cui si è già parlato in questo libro. Tutti e tre questi temi appaiono in numerose critiche rivolte alla prevenzione situazionale e ne spiegano diffusamente i limiti. Insomma, dovremmo davvero fare molta attenzione a liquidare simili obiezioni come reazionarie e conservatrici, perché – come vedremo tra poco – le «riforme» contro cui si levano potrebbero rivelarsi tutt'altro che liberali. Se la stessa libertà dell'individuo è messa a repentaglio, non si capisce dove stia il problema se se ne attaccano i cosiddetti «riformatori».

Autotopia a repentaglio

Una delle critiche più frequenti che vengono mosse alla prevenzione situazionale – sorta di variazione sulla tesi della futilità – è quella di fornire una soluzione rapida senza tenere conto delle cause profonde della criminalità, al punto che potrebbe addirittura rivelarsi deleteria. Insomma, se un tipo di reato non è praticabile, i delinquenti semplicemente ne commetteranno un altro. E se anche le misure preventive fossero universalmente adottate, qualcuno commetterebbe gli stessi reati con metodi diversi: se alcune case installeranno sofisticati sistemi di allarme, i rapinatori andranno dai vicini che ne sono privi.

La tesi della perversità è ancora più affascinante: alcuni studiosi sostengono che se i progetti della prevenzione situazionale si diffonderanno, renderanno arduo il compito di imporre le leggi e le regole nei contesti in cui essa non sarà applicabile. Se quasi tutti gli aspetti della vita quotidiana vengono gestiti come i tornelli della metropolitana di New York, può essere che il cittadino non si senta in dovere di comportarsi nel modo più corretto ove manchino controlli di quel tipo. Se una persona cresce in un ambiente improntato alla prevenzione situazionale, che cosa farà nel caso in cui dovesse trovarsi in un negozietto sprovvisto di telecamere a circuito chiuso o di altri sofisticati sistemi antifurto, con un negoziante distratto e quasi cieco? È questa la perversità della prevenzione situazionale: le strategie volte a impedire il crimine potrebbero provocare altra criminalità. Naturalmente, l'obiezione abituale dei fautori di tali metodi è che, se questi fossero adottati universalmente, non succederebbe nulla di male; insomma, i reati aumenterebbero solo se uno strambo negoziante si rifiutasse di installare le telecamere di sicurezza. Una volta installata la telecamera, tutto tornerebbe alla normalità e il crimine scomparirebbe.

La tesi della messa a repentaglio ha sollevato invece problemi particolarmente appassionanti e inquietanti perché, pur riconoscendo la potenziale efficacia di certe strategie di prevenzione situazionale, pone questioni di primaria importanza su quel che finiremo per perdere se tali strategie dovessero diventare predominanti nelle attività di vigilanza (e, considerata la proliferazione dei nuovi intermediari digitali, un tale predominio non è poi così inimmaginabile). Questa critica della prevenzione situazionale tralascia le questioni legate ai mezzi e all'efficienza. Pur presumendo che i mezzi abbiano l'effetto desiderato dai loro inventori, essa mette in discussione la correttezza morale e politica delle finalità di tali progetti. Vale la pena impegnarsi per un mondo senza criminalità? Che cosa guadagniamo e perdiamo se impediamo alla gente di commettere reati, anziché punirla per il crimine commesso? Quali conseguenze ha un tale approccio su importanti valori democratici come la solidarietà, il dissenso e la riflessione?

Le risposte a tali quesiti sono piuttosto pessimistiche. Innanzitutto, molti critici della prevenzione situazionale sostengono che essa stimoli e provochi sentimenti di sfiducia verso il prossimo; l'idea di fondo che trasmette, come ha sottolineato un commentatore, è che «conviene guardare la maggior parte degli sconosciuti, e persino dei vicini di casa, con una moderata dose di benevolo sospetto». ²⁵ David Garland osserva che l'approccio intellettuale alla base della prevenzione situazionale non rappresenta solo «uno schiaffo in faccia alle idee tradizionaliste secondo cui l'ordine emergerebbe dalla disciplina morale e dall'obbedienza all'autorità», bensì sovverte «i vecchi principi dello Stato sociale, secondo cui la società funziona se la solidarietà si estende a tutti i suoi componenti, che devono essere partecipi di un'unità civica onnicomprensiva». ²⁶ La diffusione della prevenzione situazionale creerebbe un mondo fatto di individui atomizzati ed egoisti, sempre preoccupati per la sicurezza e incapaci non solo di fidarsi degli altri, ma anche di formulare ragionamenti morali; gente bravissima a valutare i pro e i contro dei nuovi sistemi d'allarme, ma che fatica a ponderare i propri valori.

Un altro motivo di preoccupazione è che le nostre caratteristiche personali finirebbero per soccombere all'efficienza spietata introdotta dalla prevenzione situazionale. Il filosofo canadese del diritto Ian Kerr mette in guardia dai pericoli insiti in questa ricerca dell'«automatizzazione della virtù umana» che, secondo la sua descrizione, «programma le persone a “comportarsi bene”, limitando e, in alcuni casi, eliminando ogni condotta morale per mezzo della tecnologia, anziché dell'etica o della legge». ²⁷ Il timore di Kerr – che circoscrive il ragionamento in particolare alle tecnologie più recenti, come quelle per gestire la protezione dei diritti digitali (nei libri elettronici e nei DVD) e le auto senza

conducente – è che simili sistemi generino una sorta di «disabilità morale», in cui gli esseri umani inseriscono il pilota automatico per quanto riguarda le questioni etiche e non coltivano più l'inclinazione personale verso l'onestà. In questo modo, osserva Kerry, «i lucchetti digitali garantirebbero determinati esiti per chi possiede dei beni, ma ciò avverrebbe a spese del progetto morale dell'onestà». ²⁸

Questo «progetto morale dell'onestà» non si limita alle visite nei negozi, bensì regola anche il modo di comunicare con i nostri simili nella vita quotidiana. Insomma, la giustificazione prediletta dai sostenitori della prevenzione situazionale – e cioè che i suoi sistemi, quando saranno diffusi ovunque, ci aiuteranno a superare il problema della «corrosione della moralità» – forse in realtà non regge. L'unico modo per «universalizzare» la logica della prevenzione situazionale nel contesto delle nostre interazioni quotidiane con gli amici – dove ci si aspetta naturalmente onestà, fiducia e integrità morale – consisterebbe nel dotare ognuno di una «macchina della verità», che probabilmente sarà parte integrante della nostra vita futura. Quando tutti indosseranno gli occhiali magici di Google, sottoporre gli amici a una piccola macchina della verità, magari ubicata su una «nuvola», non costerà praticamente nulla.

Kerr fornisce numerosi esempi di congegni – dai carrelli per la spesa che si bloccano se si esce dal parcheggio del supermercato ai golf cart programmati per non avvicinarsi troppo al green – che impediscono alla gente di comportarsi male. Secondo lo studioso, tutto ciò prefigura un mondo simile all'Autotopia di Disneyland, una giostra molto conosciuta in cui i bambini guidano delle macchinine su un circuito chiuso. Il verbo «guidare» forse non è il più appropriato. I bambini, naturalmente, stanno seduti al volante e possono anche sterzare, solo che vengono riportati subito al centro da un binario nascosto. È impossibile andarsi a schiantare con una macchinina Disney: gli autisti non sono altro che passeggeri raggirati. Anziché insegnare ai ragazzini a guidare, osserva Kerr, Autotopia li fa disimparare, perché non lascia spazio agli errori. Il timore più generale, in questo caso, è che la logica di Autotopia si sia lentamente estesa anche ad altri settori dell'esistenza. Ecco perché è necessario restituire un po' di capacità decisionale agli esseri umani, anche se ciò comporterà un aumento dell'inefficienza e della criminalità.

Le argomentazioni di Kerr sono convincenti, benché alla sua analisi sembri mancare qualcosa. Innanzitutto, definisce il campo della condotta morale in maniera troppo angusta. Supponete di essere dei professori universitari distratti, che agli incroci intasati dal traffico amano pensare a Schopenhauer più che alle altre auto. D'altra parte, siete anche persone coscienti dei propri limiti, dotate di un profondo senso morale, che – così va la vita – devono ogni giorno recarsi al

lavoro in auto. Perciò, siccome sapete di essere distratti e non volete fare del male a nessuno, scegliete l'auto più sicura che ci sia, cioè una quasi completamente automatica. Così potrete pensare a Schopenhauer quanto vi pare senza investire il vostro studente prediletto. Sembra contraddittorio ipotizzare che un tentativo deliberato di comportarsi in maniera moralmente corretta – anche chiedendo aiuto alla tecnologia – comprometta in qualche modo la vostra moralità. Certo, non avrete la possibilità di esprimere la vostra impeccabile correttezza morale a ogni svolta a sinistra, ma di sicuro l'avete già fatto quando, insicuri delle vostre capacità di conducente, avete ceduto il controllo alla macchina stessa.

Naturalmente, possono esserci altri motivi per opporsi alle automobili automatiche e senza conducente: per esempio, rischiano di devastare del tutto quel che resta dello spazio pubblico in America, dato che le periferie urbane potrebbero espandersi in modo ancor più aggressivo. Ma questa è un'obiezione molto diversa da quelle sollevate da Kerr riguardo all'automatizzazione della virtù. Esistono probabilmente ottimi argomenti per sostenere che la guida di un'auto *non* automatica può risultare altrettanto stimolante, sul piano intellettuale ed estetico, quanto riparare una motocicletta. Allo stesso modo, c'è chi ha sottolineato che il ricorso alla navigazione naturale – basata per esempio sui modelli meteorologici del vento e sull'altezza delle maree – forse sarebbe preferibile all'uso dei GPS, così come cucinare senza istruzioni dettagliate potrebbe essere meglio che attenersi alle direttive di un robot. Come scrive l'autore di un recente libro che celebra la bellezza della navigazione naturale, «capire perché i metodi funzionano è più importante del saperli usare». ²⁹ Ma neppure queste preoccupazioni hanno esattamente a che fare con la virtù. Checché ne dicano i lettori di «GQ», ben poche persone eccellono simultaneamente nella riparazione delle motociclette, nella navigazione naturale e nella gastronomia molecolare. Bisogna fare delle scelte, e queste scelte hanno a che fare più con l'estetica che con la virtù.

Tuttavia, è troppo presto per liquidare i timori di Kerr come infondati; semmai, sarebbe il caso di articularli. Alcuni scritti recenti del filosofo del diritto Roger Brownsword ce ne offrono l'opportunità. ³⁰ Secondo Brownsword, i regolatori possono utilizzare tre registri per indurci a comportarci bene. Possono agire sul registro morale, affermando sulla base di modelli ampiamente radicati nella comunità che una certa cosa deve o non deve essere fatta. Oppure, possono adottare un registro prudenziale e far leva sul nostro interesse personale, sostenendo che non dovremmo compiere un determinato atto perché finirà per danneggiarci. Infine, possono ricorrere a quello che il filosofo definisce il «registro della praticabilità». Per esempio, secondo lo spirito dei teorici della

prevenzione situazionale, possono creare una barriera tecnologica, ovviando così al bisogno di appellarsi al nostro senso morale o all'interesse prudenziale.

Anche se Kerr, timoroso dell'Autopia, obietterebbe che solo i primi due registri preservano la virtù umana e rafforzano il nostro carattere, Brownsword osserva che anche il terzo registro tecnologico – purché venga utilizzato tenendo a mente considerazioni di tipo morale e prudenziale – può funzionare bene. Se sapete di essere inclini a compiere acquisti folli e chiedete alla vostra banca di bloccarvi la carta di credito dopo che avete speso cento dollari nello stesso grande magazzino, state passando dal registro prudenziale a quello tecnologico. Allo stesso modo, se scegliete di guidare un'auto più sicura e completamente automatica per salvare vite umane o evitare guai legali, non è detto che vi stiate allontanando dal regno della moralità e della prudenza, dato che la vostra decisione è stata dettata da considerazioni di tipo morale e prudenziale.

Per fare un esempio concreto: attualmente alcuni casinò fanno uso di tecnologie di riconoscimento facciale per impedire l'ingresso a chi soffre di dipendenza da gioco d'azzardo e ha richiesto espressamente di non essere ammesso.³¹ In questo caso, potrebbero insorgere problemi relativi alla privacy – anche se ultimamente i casinò canadesi hanno risolto le questioni più scottanti facendo un uso creativo delle tecnologie crittografiche – ma è difficile considerare immorale l'utilizzo di tali metodi per combattere la dipendenza dal gioco.³² Purché siate voi a prendere la decisione – e non altri al vostro posto – non c'è nulla di male nel delegare almeno in parte alla tecnologia il compito di far rispettare i vostri propositi. Le cose si complicano considerevolmente quando sono altri – un'azienda o un regolatore – a imporre un tale cambiamento di registro. Ma perché mai i regolatori dovrebbero volere una cosa simile? Il cambiamento di registro forse aumenterà il livello di efficienza o utilità e diminuirà il numero dei reati: e qui torniamo alla prevenzione situazionale e ai lucchetti digitali di Kerr. O magari i regolatori pensano che voi abbiate gli stessi limiti e pregiudizi cognitivi degli altri esseri umani e che, per questo, potreste essere tentati di comportarvi male, anche se in realtà non vorreste farlo.

Queste ultime ipotesi spiegano la proliferazione di quelle che Cass Sunstein e Richard Thaler chiamano «spinte gentili»: abili manipolazioni di configurazioni di default, che gli autori definiscono «architettura della scelta», per indurre a mangiare cibi sani o a risparmiare soldi per la pensione.³³ Fra spinte gentili e manipolazione c'è la stessa differenza che intercorre fra le relazioni pubbliche e la pubblicità: le prime ottengono il proprio obiettivo lasciando che tutte le operazioni per metterle in atto rimangano implicite o invisibili. Le spinte gentili più efficaci trasmettono agli individui un'impressione di autonomia, senza in realtà offrire loro molta possibilità di scelta.

Brownsword individua due problemi nell'utilizzo di tali metodi, che sembrano rientrare in pieno nel registro prudenziale: mettendo mano alla nostra «architettura della scelta», i regolatori cercano di far leva sul nostro interesse personale. Ma in una società veramente democratica la scelta del registro da adottare, o da cambiare, dovrebbe essere sottoposta al dibattito e anche al controllo pubblico. In altre parole, non è scontato che il motivo «giusto» per guidare un'auto a basso consumo energetico sia quello di risparmiare sulla benzina. Così come non è scontato che il motivo «giusto» per mangiare porzioni di cibo ridotte sia quello di rimanere magri, ottenere un impiego migliore o trovare un partner più bello. Forse vogliamo che la gente guidi auto a basso consumo energetico per combattere i cambiamenti climatici e mettere fine ai conflitti in Medio Oriente. O magari vogliamo che la gente mangi porzioni di cibo ridotte perché, come si ipotizza in alcuni studi recenti, ³⁴ l'aumento dell'obesità influenza il cambiamento climatico. O invece pensiamo, come alcuni attivisti del «movimento per l'accettazione del grasso», che il fatto di essere sovrappeso non dovrebbe essere affatto stigmatizzato: l'unica nostra preoccupazione dovrebbe essere la «salute» e, secondo la tesi di questi attivisti, si può essere sani a prescindere dal peso.

La pratica della spinta gentile è soluzionismo perseguito con altri mezzi. La trasformazione di qualcosa in spinta gentile per mezzo di un semplice decreto tecnocratico presuppone un consenso sociale – sui fini e sui mezzi – che magari non esiste ancora. La proliferazione delle spinte gentili rischia di eliminare qualsiasi opinione alternativa su quel che dovrebbe essere fatto (e come), ma la scomparsa del dissenso non dovrebbe essere interpretata come una prova del fatto che una determinata spinta gentile ha funzionato. La sua presunta efficacia deriva probabilmente dal consenso forzato più che da un'autentica deliberazione.

Le spinte gentili presentano un altro problema ancora più insidioso: funzionano solo se ci inducono a comportarci nei modi prefigurati dai regolatori. A un certo punto, però, le spinte rischiano di non essere più tanto gentili, e non assecondarle potrebbe risultare poco conveniente. In teoria, si può continuare a guidare anche se l'allarme informa che un passeggero non ha allacciato la cintura di sicurezza. La maggior parte di noi, però, finirà per infastidirsi e chiederà semplicemente al passeggero di allacciarsela. Dunque, si può anche credere di aver delegato ai regolatori solo l'intervento sul registro prudenziale, mentre in realtà si consente loro di agire su quello della praticabilità.

Indebolire la cittadinanza morale?

Insomma, il vero problema, secondo Brownsword, non sta nel rischio che il

registro morale e quello prudenziale vengano fagocitati dal registro tecnologico, quanto piuttosto nel fatto che le leggi e le norme, una volta incorporate nella tecnologia, sono più difficili da mettere in discussione e da emendare, perché passano in secondo piano e risultano del tutto naturali; anzi, spesso sono considerate un'estensione dell'ambiente costruito, anziché il frutto della pianificazione di qualche saggio ingegnere sociale. Tuttavia, se vogliamo vivere in un mondo in cui le norme e le leggi vengano costantemente sottoposte a revisione e a dibattito, allora forse dovremmo diffidare di questa tendenza a delegare alla tecnologia così tante funzioni di regolazione. Come dice Brownsword, «le comunità morali devono sempre rimettere in discussione i propri impegni. In simili comunità è lecito farsi regolare passivamente dalla tecnologia, purché si sia al contempo cittadini dotati di senso morale attivo». ³⁵

Anche se Brownsword non ne fa parola, i suoi timori ricordano quelli espressi da John Dewey quasi un secolo fa, quando scrisse dell'importanza di rivedere le nostre teorie – comprese quelle sulla moralità – alla luce delle nostre esperienze pratiche di vita nel mondo. ³⁶ Per Dewey, le regole morali sono «strumenti intellettuali da verificare e confermare – e modificare – sulla base delle conclusioni che traiamo dal nostro agire in base a esse». Dunque, non si può fare a meno di «ammettere onestamente l'incertezza della situazione morale e il carattere ipotetico di tutte le regole di valutazione morale ove non si sia ancora agito in base a esse». ³⁷

Un esempio potrebbe far chiarezza su quel che intendeva dire Dewey. Un tempo era perfettamente accettabile il fatto di possedere schiavi e circoscrivere la partecipazione politica ai maschi bianchi appartenenti a una certa classe sociale. Le conseguenze delle pratiche ispirate a tali principi si sono rivelate devastanti, e le regole sono state riviste. Dal punto di vista di Dewey, il sistema morale ha funzionato bene in entrambi i casi, poiché ci ha permesso di riconoscere l'ingiustizia e di modificarlo di conseguenza. La moralità non significa, dunque, perseguire una serie di fini prefissati, bensì conservare gli spazi giuridici e di pensiero per poter adottare, mettere in discussione, rivedere e, se necessario, cancellare questi fini. Scriveva Dewey: «Come la vita fisica non può esistere senza il supporto di un ambiente fisico, così la vita morale non può fare a meno del sostegno di un ambiente morale». ³⁸ L'«ambiente morale» è semplicemente l'accumularsi degli spazi giuridici e di pensiero che ci consentono di riconsiderare questioni che credevamo risolte da molto tempo.

Il passaggio al piano della praticabilità, reso possibile dalla tecnologia, rischia di privarci di alcuni di questi spazi, ma, come vedremo nell'ultimo capitolo di questo libro, non è affatto un processo inevitabile: le tecnologie ispirate a progetti etici e a filosofie differenti sono potenzialmente in grado di generare più

dibattiti, non meno. Purtroppo, le tecnologie soluzioniste generate dalla criminologia ispirata alla prevenzione situazionale e alla dilagante letteratura comportamentista sulle spinte gentili non mirano a stimolare o a sviluppare il dibattito di cui parlava Dewey, bensì ad accrescere l'utilità e l'efficienza: in poche parole, vogliono risultati pratici.

Bruno Latour, anch'egli estimatore di Dewey, ha scritto: «Mantenere la reversibilità delle pieghe: questa è la forma che la questione morale assume attualmente nel suo incontro con la tecnologia» («piega», in questo contesto, è semplicemente il costringere uno strumento o una tecnologia a svolgere un'unica funzione particolare). ³⁹ Il guaio delle tecnologie e dei progetti soluzionisti è che, nel perseguire l'irreversibilità, cercano di fare l'esatto contrario di quel che intendevano Dewey e Latour. Circondati da simili tecnologie, non ci resta molto da fare se non adeguarci alle norme apparentemente universali create da anonimi ingegneri sociali, possibilmente senza neppure metterne in discussione l'adeguatezza.

Tuttavia, per praticare una cittadinanza morale attiva bisogna sapere che le cose potrebbero andare altrimenti; bisogna almeno avere una cognizione, per quanto astratta, della loro reversibilità. Ma tale consapevolezza non la si acquisisce in modo naturale, e il nostro ambiente tecnologico, a seconda di come viene costruito, potrebbe rendere tali interrogativi più o meno probabili. Se siete stati solo in una manciata di stazioni della metropolitana di New York, potreste pensare che l'utilizzo dei tornelli alti sia l'unico modo possibile per gestire un trasporto metropolitano moderno. Di conseguenza, avrete meno probabilità di domandarvi se il metodo attuale sia giusto e di praticare quel tipo di cittadinanza morale attiva lodata da Brownsword e Dewey.

Confrontiamo questo sistema con quello berlinese, che fa leva soprattutto sui registri prudenziale e morale. Ogni volta che vedete un passeggero senza biglietto sorpreso dal controllore, avete occasione di riflettere sull'adeguatezza di un sistema privo di tornelli. Magari concluderete che è troppo permissivo o che i controllori sono troppo severi o che i senzatetto senza biglietto non dovrebbero essere multati. L'ambiente costruito a Berlino si presta a creare un tipo di contesto morale che rende possibile la cittadinanza responsabile. New York, invece, ha un sistema perfettamente efficiente. Dal punto di vista delle soluzioni pratiche, è il massimo che si possa desiderare: come direbbe Steve Jobs, funziona e basta. Il fatto che non vengano mai sollevate obiezioni sgradevoli – su giustizia e disuguaglianza, discriminazioni razziali e infrastrutture pubbliche – viene presentato come qualcosa di lodevole, non di deprecabile.

Tuttavia, elogiare l'efficacia del sistema come un risultato positivo significa

cadere nella forma di soluzionismo più estrema e deplorabile che ci sia. Può essere che in questo caso il soluzionismo ottimizzi il sistema dei trasporti attuale, ma non è reversibile; non è facile ideare un piano migliore, poiché preclude intenzionalmente gli spazi di riflessione su come potrebbe essere gestito un simile sistema di trasporti. Non dobbiamo però cadere neppure nella tentazione di attribuire tutta la colpa alla tecnologia, giacché questa non è incompatibile con ragionamenti *à la* Dewey e con una vita morale. L'analisi di Brownsword sul registro pratico e mediato dalla tecnologia è troppo semplicistica: anche questa dev'essere meglio articolata per dar conto di altri tipi di tecnologie che stimolino (anziché impedire) la riflessione. Se ben progettata, la tecnologia può espandere – non solo restringere – gli spazi di pensiero che rendono possibile la nostra vita morale.

Il problema è che nel contesto delle attività di polizia nessuno se la sente di sostenere tecnologie meno che perfette. Una tecnologia finalizzata a eliminare la pratica di fumare marijuana non vuole stimolare un dibattito sulla legalizzazione delle droghe, bensì chiuderlo una volta per tutte. In questo senso, le tecnologie – che pure sarebbero in grado di stimolare il pensiero – spesso, quando vengono utilizzate dalle istituzioni statali e dalle burocrazie ufficiali, non raggiungono questo obiettivo. Insomma, a causa della logica istituzionale della repressione, le soluzioni tecnologiche tendono a gravitare verso opzioni perfettamente efficienti, ma che non lasciano spazio alla riflessione. Se si tiene presente questo fatto, diventa più facile individuare i vantaggi insiti nell'operare sui registri morale e prudenziale. Inoltre, la tendenza della tecnologia a gravitare verso la perfezione dovrebbe farci apprezzare gli spazi di riflessione creati dall'imperfezione della legge.

I rischi della prevenzione

Se quello che abbiamo detto è vero, perché nessuno si ribella ai tornelli alti di New York, tanto più che gli abitanti della Grande Mela utilizzano anche stazioni con tornelli dal design molto più permissivo? Probabilmente, solo in pochi ritengono che il problema del pagamento del biglietto per la metropolitana sia una questione importante, controversa o meritevole di attenzione. Il consenso è stato raggiunto, forse persino prima che entrassero in azione gli ingegneri sociali.

Ma non per tutte le leggi e i regolamenti è così: come per le spinte gentili, in molti casi ciò che viene messo in discussione non è solo la scelta del registro, bensì l'adeguatezza della legge stessa. In altre parole, è fondamentale stabilire non solo se l'impossibilità di bruciare la bandiera dipende dal fatto che è illegale

o dai fiammiferi intelligenti di nuova generazione che non si accendono nelle vicinanze di oggetti simili a bandiere, ma anche analizzare se è giusto che bruciare la bandiera sia illegale.

In un importante articolo sulla prevenzione digitale – sinonimo di prevenzione situazionale dei reati in voga su Internet – il filosofo del diritto Daniel Rosenthal osserva che l'aspetto inquietante del registro tecnologico risiede nell'immane difficoltà di emendare leggi inglobate nel sistema tecnologico. ⁴⁰ A questo proposito, Rosenthal parla di «stasi». I progetti di prevenzione digitale considerano perfette e definitive le leggi da essi imposte: queste costituiscono una variabile fissa su cui tali progetti non interverranno mai. Come Dewey ha compreso molto tempo fa, abbiamo qui a che fare con una visione ingenua, perché di leggi sbagliate ce ne saranno sempre in abbondanza, e persino quelle buone tendono a diventare obsolete, visto che l'esperienza pratica modifica la teoria.

Per esempio, molte leggi – da quella contro il possesso di marijuana a quella contro l'adulterio –, pur essendo in vigore, solo di rado vengono fatte rispettare. Può darsi persino che l'opinione pubblica non si opponga con particolare veemenza alla criminalizzazione di certe pratiche – si pensi a tutti quei vizi che fanno male solo a chi li pratica – solo perché sa che è molto difficile che in questi casi la polizia si preoccupi di far rispettare la legge. Se però affidiamo questo compito alla tecnologia, rischiamo di punire con troppa forza reati relativamente minori. Peggio ancora, il processo stesso dell'imposizione tecnologica della legge, rendendo impossibile il reato stesso, potrebbe indurre la gente a considerare rilevanti certi crimini prima trascurati. Come sottolinea il filosofo del diritto Michael Rich: «Se il fatto di rendere impossibile una certa condotta ... genera norme sociali a essa opposte che si autorafforzano, l'autorità governativa dovrà avere la certezza assoluta che l'impraticabilità riguardi solo quelle condotte che la società condanna davvero». ⁴¹

Il fatto che così tanta gente infranga una determinata legge potrebbe indurre il governo a modificarla o addirittura ad abrogarla. Togliendo la possibilità di infrangere la legge, il governo perde un'importante opportunità per apprendere qualcosa dai suoi cittadini. Si tratta di una lezione ben nota agli studiosi del proibizionismo.

Naturalmente, un altro importante modo di sfidare la legge è la disobbedienza civile, ma in un mondo in cui l'illegalità è impossibile, non può esserci disobbedienza civile, poiché il sistema non dà modo di violare la legge, quali che siano le ragioni dei trasgressori. Questo è un problema perché, come hanno sottolineato numerosi studiosi e filosofi, non è poi così assurdo ritenere di aver diritto alla disobbedienza civile. ⁴² Ronald Dworkin, per esempio, ha sostenuto

che questo diritto deriverebbe da tutti gli altri nostri diritti di sfidare il governo. ⁴³ Di conseguenza, tutte le volte che una legge viola un diritto importante per la nostra dignità o qualche altro valore personale di una certa portata – come la libertà di espressione – abbiamo il diritto di disobbedire. In questo caso, le considerazioni sull'utilità della disobbedienza sono del tutto irrilevanti: la prevedibile improduttività della nostra protesta non ci priva di questo diritto.

Secondo Dworkin, la disobbedienza civile è anche un indicatore estremamente importante, in quanto segnala che la legge avversata non corrisponde alle convinzioni o ai principi morali diffusi tra la gente. Ecco perché dovremmo verificare se i nostri ambienti digitali automatizzati facilitino o ostacolino la resistenza. Gli oppositori della guerra del Vietnam avrebbero accumulato così tanto capitale simbolico se le cartoline precetto che bruciavano – violando la legge federale – fossero state fatte di materiale non infiammabile? Si consideri, altrimenti, quello che forse è stato l'atto di disobbedienza civile di maggiore impatto simbolico di tutto il XX secolo: il rifiuto di Rosa Parks di cedere il proprio posto a un bianco e di andare nella parte posteriore dell'autobus riservata ai neri. Questa dimostrazione di coraggio fu possibile perché il mezzo di trasporto e il contesto socio-tecnologico in cui era inserito era molto poco efficiente. Il conducente le chiese di spostarsi solo perché non aveva potuto prevedere quanta gente si sarebbe seduta nella parte anteriore dell'autobus riservata ai bianchi; così, quando il mezzo si riempì, il guidatore dovette riorganizzare gli scompartimenti in tempo reale, e Parks si ritrovò a essere seduta in un posto che venne destinato, da un momento all'altro, a passeggeri bianchi.

Ora, figuratevi una Rosa Parks su uno di quegli autobus intelligenti che circoleranno nel prossimo futuro. Dotato di sensori che sanno in anticipo quanti passeggeri attendono alla fermata successiva, sarà in grado di calcolare il numero esatto di afroamericani che può accogliere senza suscitare conflitti, e i passeggeri che non potranno salire o trovare un posto a sedere riceveranno cortesi sms che li informeranno sulle corse successive. Un dispositivo di riconoscimento facciale – attivato da videocamere installate alle fermate – calcolerà quante persone di gruppo etnico diverso stanno aspettando l'autobus e suddividerà il mezzo in due scompartimenti: uno riservato ai bianchi, l'altro ai neri. Il conducente – sempre se ce ne sarà ancora uno – potrà collegarsi a un portale informatico di Big Data che, analogamente ai programmi predittivi della polizia, si avvale di statistiche storiche per calcolare quanti neri viaggeranno quel giorno e quante probabilità di tensioni razziali ci saranno, a seconda delle condizioni atmosferiche, delle notizie del giorno e dei profili sui social network

delle persone in attesa alla fermata. Ai passeggeri che potrebbero creare problemi a bordo sarà semplicemente negata la possibilità di salire.

Un simile sistema di trasporto sarebbe conveniente? Sì, certo. Ma potrebbe darci una nuova Rosa Parks? Probabilmente no, perché una donna nera non riuscirebbe neppure ad arrivare nella parte anteriore dell'autobus. È molto probabile che un sistema superefficiente di distribuzione dei posti – garantito da una tecnologia onnipresente, sensori e dispositivi di riconoscimento facciale – ci avrebbe privati di uno dei momenti più gloriosi della storia americana. Le leggi fatte valere mediante appello al nostro registro morale o prudenziale lasciano un po' di spazio per l'attrito; l'attrito genera tensione, la tensione crea conflitto e il conflitto produce cambiamento. Di contro, quando le leggi vengono fatte valere mediante il registro tecnologico rimane poco spazio per l'attrito e la tensione e, molto probabilmente, anche per il cambiamento.

L'esperto di sicurezza Bruce Schneier afferma qualcosa di simile quando elogia la «defezione» – che nel gergo del mondo della security significa «infrazione della legge» – come «motore dell'innovazione, una sfida immunologica per garantire la salute della maggioranza, una difesa contro il rischio della monocultura, un serbatoio di diversità e un catalizzatore di cambiamento sociale». ⁴⁴ I sistemi di sicurezza avanzati tendono a istituzionalizzarsi e integrarsi in vasti sistemi burocratici, e quando le funzioni di vigilanza vengono affidate alla tecnologia – con la sua aura di neutralità e le sue origini apparentemente naturali ed estranee a qualsiasi interesse o istituzione umani – tale istituzionalizzazione può avvenire ancora più in fretta, e in maniera molto meno evidente. Come sottolinea Schneier, le società protette da simili misure di sicurezza non sono necessariamente morali o auspicabili; anzi, possono essere, e sono, abbastanza spaventose. Costruire un ambiente tecnologico in cui sia impossibile infrangere la legge significa chiudere le importanti valvole sociali da cui può sgorgare il cambiamento. «A volte c'è bisogno che un informatore dall'interno delle istituzioni divulghi documenti in grado di provare il coinvolgimento del governo nel bombardamento illegale del Laos e della Cambogia, o che un operaio di un impianto di trattamento del plutonio contatti un giornalista per denunciare l'inadeguatezza delle misure di sicurezza adottate dal proprietario dell'impianto, o che una donna nera si sieda nella parte anteriore di un autobus e non ceda il posto. L'assenza di defezioni renderebbe impossibile qualsiasi cambiamento sociale e prevarrebbe la stagnazione» osserva Schneier. ⁴⁵ John Dewey sarebbe stato d'accordo con lui.

Tuttavia, perché il cambiamento si verifichi non sono strettamente necessarie né la trasgressione di massa (come nel caso del proibizionismo) né la disobbedienza civile (come nel caso di Rosa Parks). A volte basta che una sola

legge venga infranta. A volte è meglio essere trovati con della marijuana in tasca, piuttosto che non avercela solo perché te l'hanno impedito, perché l'arresto attirerà probabilmente l'attenzione dei media e stimolerà un dibattito pubblico intorno alle leggi sugli stupefacenti. La prevenzione, invece, è spesso un'attività silenziosa e invisibile. Inoltre, come afferma Rosenthal, i tribunali non hanno alcun potere sui casi che non finiscono nelle loro aule, e ciò significa che la prevenzione ridimensiona il loro compito di revisione delle leggi cattive e superate: «[Se] i tribunali possono modificare le leggi tramite il vaglio di costituzionalità, l'interpretazione del codice e il metodo d'analisi della *common law* ... non possono rivedere le leggi cui non fanno ricorso, dato che per far questo dev'esserci qualcuno che ha infranto la legge». ⁴⁶

Michael Rich ha stilato un elenco completo di reati che, una volta giunti in tribunale, hanno dato luogo a un rigetto o almeno a un significativo emendamento di una legge ingiusta: «La legge della Virginia che proibiva i matrimoni misti fu abolita grazie a un ricorso contro la reclusione di Mildred e Richard Loving per violazione del codice. Il divieto di bruciare la bandiera vigente in Texas fu abolito solo dopo la condanna di Gregory Lee Johnson per questo reato. E la Corte suprema annullò la legge che criminalizzava gli atti omosessuali in privato in Texas solo [dopo che] John Geddes Lawrence e Tyron Garner ebbero fatto ricorso contro la loro condanna al carcere per omosessualità». ⁴⁷ È logico che, se la violazione del codice penale è resa impossibile, coloro che considerano tale codice ingiusto non hanno modo di contestarlo.

Certe leggi sembrano relativamente stabili, mentre altre riguardano questioni – come la ricerca nucleare – dove anche il minimo errore potrebbe avere conseguenze devastanti. Non tutti i sistemi di eliminazione e di prevenzione dei reati sono ugualmente negativi; ce ne sono alcuni, anzi, che potrebbero addirittura superare tutti gli esami morali più importanti. Come afferma Rich nel suo studio di una tecnologia volta a impedire la guida in stato di ebbrezza, il rischio potenziale che questa tecnologia limiti il nostro diritto di espressione è minimo. È anche difficile immaginare che ci sia tanta gente desiderosa di praticare la disobbedienza civile violando le leggi che sanzionano la guida in stato di ebbrezza. Benché esistano casi in cui la guida in stato di ebbrezza potrebbe essere moralmente giustificabile (poniamo che uno sia ubriaco e debba portare la compagna incinta in ospedale), questi sono relativamente rari, soprattutto se confrontati con il numero di decessi che provoca. Insomma, è molto importante evitare una condanna della tecnologia in generale, delegittimando gli interventi tecnologici quasi fossero intrinsecamente dannosi sul piano morale: non è così.

Allo stesso tempo, però, dobbiamo fare attenzione al pericolo opposto, specialmente con l'aumento vertiginoso degli intermediari digitali che regolano il nostro comportamento, dagli e-book agli occhiali di Google. L'accettazione di un tentativo di cambiamento di registro non dovrebbe autorizzare altri e ben più dubbi tentativi di prevenzione. Come dice Rich, se il programma sulla guida in stato di ebbrezza ha successo «con una minima ingerenza nell'autonomia e nella privacy degli automobilisti innocenti, può darsi che la società abbassi la guardia su programmi che proibiscono la velocità o esulano, magari, dall'ambito del codice della strada». ⁴⁸ Il trucco, qui, sta nel resistere alle tentazioni semplificatrici del tecno-ottimismo e del tecno-pessimismo, e valutare ogni caso di intervento tecnologico per quello che è.

Purtroppo, l'internet-centrismo ci impedisce di comprendere molti di questi temi con la dovuta chiarezza. Larry Lessig e Jonathan Zittrain, bisogna dargliene atto, hanno esaminato in modo approfondito la prevenzione digitale (e il primo ha persino affrontato il tema del futuro della disobbedienza civile). Tuttavia, affascinati dalle proclamazioni epocaliste dell'internet-centrismo, sembrano partire dal falso presupposto che la prevenzione digitale sia perlopiù un fenomeno nuovo che deve la propria esistenza a «Internet», agli e-book e ai file MP3. I codici consistono di leggi, ma anche di tornelli della metropolitana. Lessig osserva che gli edifici e l'architettura possono fungere – e fungono – da elementi di regolazione, ma non si sforza di spiegare se il possibile passaggio a una regolazione basata sui codici sia il prodotto delle circostanze tipiche solo della nostra epoca o se sia soltanto la continuazione di varie tendenze a lungo termine nell'ambito del pensiero criminologico.

Come sottolinea Daniel Rosenthal nella sua analisi delle opere di Lessig e Zittrain, «gli accademici hanno talvolta descritto la prevenzione digitale come una prospettiva insolita e nuova. ... In verità, la prevenzione digitale non è tanto una rivoluzione, quanto piuttosto un'estensione di tecniche di regolazione già esistenti». ⁴⁹ Nel caso di Zittrain, con la sua infatuazione per «Internet» e i relativi valori di «apertura» e «generatività», con la sua convinzione che «Internet» abbia importanti lezioni da impartirci, sviluppa quel tipo di discorso totalizzante che si rifiuta di vedere come alcuni tentativi di operare sul registro tecnologico possano essere legittimi e non necessariamente forieri di depravazione morale.

Su un piano di conflitto teorico, il vero nemico non sarebbe la criminologia in sé e per sé. Piuttosto, ciò che fornisce sostegno ad approcci come quelli della prevenzione situazionale nel campo della criminologia è la nostra solita sospetta: la «teoria della scelta razionale» (TSR). È la TSR ciò che introduce il culto dell'efficienza dalla proverbiale porta di servizio; non ha alcuna presa su

questioni di moralità, carattere e virtù, ed elude perciò del tutto questi piani. Di conseguenza, non dobbiamo ingannarci e credere che l'attuale situazione sia inedita o sia semplicemente l'esito di nuove tecnologie o della concezione confusa e superficiale che ne abbiamo. In realtà, i tentativi di imbrigliare le tecnologie digitali sono l'effetto di una tendenza di più lungo respiro (forse rientrano addirittura nella cultura del controllo teorizzata da David Garland) che non ha avuto origine nella Silicon Valley.

Insomma, il timore che Apple e i suoi dispositivi adatti al *tethering* – tanto detestati da Zittrain – possano creare un mondo in cui siamo costretti a comportarci bene è tardivo ed erroneo insieme. Viviamo già in quel mondo, e per sfidarne la logica bisognerebbe farlo ovunque, non solo all'iTunes Store. Se siamo tanto affascinati da Apple non è perché Steve Jobs ci abbia ipnotizzato – anche se in parte l'ha fatto davvero – bensì perché Apple ha abbracciato un modello che ritroviamo già quasi dappertutto nella nostra vita quotidiana. Non ha molto senso continuare a immaginare «Internet» o il «cyberspazio» come se fossero un territorio concettuale a sé che si sviluppa e opera secondo le proprie tendenze e inclinazioni. Di nuovo: «Internet» è la conseguenza – e solo di rado la causa – del mondo in cui viviamo.

Buttafuori contro atmosfera

I governi non sono gli unici a dover scegliere quale registro adottare per far rispettare le proprie regole. Anche i privati devono prendere decisioni simili, benché con modalità e per motivi diversi. Per i privati le scelte si fondano perlopiù sull'esclusione: con chi fare affari e chi evitare. I proprietari di immobili, desiderosi di affittare le loro case, vogliono ridurre al minimo il fastidio di dover scartare candidati problematici. I nightclub preferirebbero vietare l'ingresso a coloro che non hanno molte probabilità di adeguarsi all'atmosfera del locale. I ristoranti di lusso desiderano che ci sia uniformità nella clientela: in generale, preferiscono gente ricca e famosa.

Si noti, però, come esercizi commerciali simili, come bar e ristoranti, adottino approcci diversi. Lior Strahilevitz, docente di diritto della University of Chicago, nel suo libro *Information and Exclusion* ha elaborato un'elegante classificazione delle diverse strategie di esclusione. ⁵⁰ I nightclub, di solito, mettono un buttafuori all'ingresso e lo incaricano di decidere chi far entrare e chi lasciare fuori: Strahilevitz chiama tale strategia «diritto del buttafuori». I ristoranti ingaggiano di rado nerboruti addetti alla security, avvalendosi invece di una serie di strategie più delicate, ma spesso altrettanto efficaci: prezzi elevati, prenotazioni obbligatorie, particolari regole nel vestiario, menu raffinati in grado

di scoraggiare molti rozzi neofiti. Il primo approccio si basa sulla forza bruta; il secondo su più velate strategie di esclusione mediate dal linguaggio e dall'estetica. Benché per il momento non ci interessino, esistono anche altri metodi: per esempio, un impresario edile potrebbe decidere di costruire un campo da golf accanto ai propri immobili per assicurarsi che solo gli amanti di questo sport decidano di acquistare appartamenti (un approccio basato sul «servizio esclusivo»).

È facile cadere nella tentazione di annoverare il «diritto del buttafuori» fra le strategie di prevenzione situazionale. Se sei ubriaco, un dispositivo di controllo del fiato non ti consentirà di guidare; se non sei simpatico al buttafuori, maschio o femmina che sia, lui o lei non ti farà entrare. L'atmosfera esclusiva, invece, agisce per lo più sul registro prudenziale di Brownsword: ti persuade che forse quel ristorante chic non fa per te. Di tanto in tanto, i ristoranti adottano addirittura sfumature morali, sottintendendo che ospiti inadeguati rovinerebbero il pasto agli altri clienti. Eppure, l'«atmosfera esclusiva» è una strategia più berlinese che newyorchese, perché non comporta alcuna barriera tecnologica. Formalmente, non c'è nulla che vi impedisca di accedere al ristorante in questione; se insistete, potete anche entrarci, patendone le conseguenze. Se riuscite a ottenere una prenotazione, non troverete nessun buttafuori a sbarrarvi la strada.

Strahilevitz sostiene che la scelta della strategia di esclusione da applicare nei vari contesti dipende in larga misura dai costi dell'informazione. Se il proprietario di un esercizio commerciale non è in grado di ottenere facilmente informazioni sulle inclinazioni e sul comportamento di ogni potenziale cliente, la funzione di esclusione sarà delegata al cliente stesso, e in tal caso sarà più probabile l'impiego di una strategia dell'«atmosfera esclusiva». Se le informazioni sono facili da ottenere, il proprietario dell'esercizio preferirà mantenere il controllo della situazione e optare per «il diritto del buttafuori». Molte – anche se non la totalità, ovviamente – delle informazioni necessarie al proprietario di un locale sono facilmente deducibili all'ingresso da un buttafuori esperto; per quanto riguarda i ristoranti, la situazione è più insidiosa, perché il vestiario e le prime impressioni non sempre sono significativi per stabilire la compatibilità fra cliente ed esercizio.

La novità dell'analisi di Strahilevitz consiste nell'aver intuito che in un ambiente saturo di informazioni come il nostro è molto più facile e molto meno costoso affidarsi ai buttafuori che creare un'atmosfera esclusiva. Oggigiorno non costa niente a un ristorante fare uno screening dei potenziali clienti: basta che chieda le loro credenziali su Yelp o Facebook. In tal modo, il ristorante è in grado di apprendere più cose, e più in fretta, di qualsiasi buttafuori. Non

sorprende che alcuni locali chiedano già ai clienti di mostrare il proprio profilo su Facebook all'entrata; persino i buttafuori si affidano a fonti di informazione di maggior spessore. A Strahilevitz sfugge un ulteriore motivo per cui il diritto del buttafuori è preferibile alla strategia dell'atmosfera esclusiva: coloro che vengono identificati come soggetti meritevoli di accoglienza possono, una volta entrati nel locale, ottenere sconti e servizi personalizzati. Facebook fornisce già applicazioni che, per mezzo del riconoscimento facciale, permettono agli utenti di avere uno sconto non appena vengono identificati dalla telecamera dei bar o dei negozi che partecipano a determinate iniziative.

Strahilevitz è un ottimista, un discepolo della famosa scuola giuridica ed economica di Chicago, e la sua retorica è, ancora una volta, ben radicata nella teoria della scelta razionale. È naturale, dunque, che sia entusiasta delle nuove strategie, e non solo per la loro maggiore efficacia. Non è necessario essere convinti fautori del libero mercato per condividere almeno alcune delle sue argomentazioni. Per esempio, egli sostiene che se tutti avessimo un profilo ben definito su Internet, alcuni datori di lavoro forse smetterebbero di discriminare le persone per questioni razziali o di genere, prestando invece attenzione alle loro qualifiche e ai loro precedenti risultati professionali. Alcune interessanti indagini empiriche confermano questa idea. Uno studio pubblicato sul «Journal of Law and Economics», per esempio, ha cercato di capire fino a che punto le aziende americane basino le loro assunzioni su un controllo dei trascorsi.⁵¹ È emerso che le società che non controllano i trascorsi considerano l'appartenenza etnica del candidato come indicatore dei suoi probabili trascorsi penali. Poiché fra i maschi afroamericani il tasso di incarcerazione è molto più alto che fra i bianchi e gli ispanici, i primi tendono a essere scartati con molta più frequenza. Le aziende che fanno il controllo dei trascorsi hanno l'8,4 di probabilità in più di assumere neri afroamericani rispetto a quelle che non lo fanno. Se ne deduce che una maggiore quantità di informazioni disponibili sul candidato riduce il rischio di discriminazione statistica.

Un altro studio recente ha rilevato che il profilo su Facebook è un buon indicatore delle prestazioni lavorative del soggetto implicato, soprattutto per quanto riguarda la coscienziosità, la credibilità e la curiosità intellettuale.⁵² La speranza è che i candidati a un determinato lavoro abbiano più difficoltà a mentire di fronte ai loro amici online, sicché Facebook potrebbe essere un ottimo indicatore della loro personalità. In teoria, questo potrebbe anche ridurre la necessità di fare congetture generiche sui candidati sulla base del genere o del gruppo etnico di appartenenza. Se Facebook trasmette un'immagine positiva dei candidati, questi devono essere veramente in gamba, a prescindere dagli stereotipi.

Molte di queste argomentazioni sembrano persuasive. Tuttavia, la ricerca di individui adeguati e quasi perfettamente identici fra loro che sta alla base della strategia del buttafuori appare altrettanto terrificante. È potenzialmente in grado, infatti, di imprigionarci ognuno nel nostro mondo, rendendo sempre più difficile ogni tentativo di guardar fuori e socializzare con persone diverse da noi. Potrà magari liberarci dall'imbarazzo sociale – ognuno può star certo di essere sempre al posto giusto nel momento giusto – ma è probabile che precluda anche importanti occasioni di progresso sociale.

Per quanto riguarda la strategia dell'atmosfera esclusiva, Strahilevitz porta l'esempio delle spiagge eleganti di Rio de Janeiro. Sono divise in dodici «posti» (*postos*), situati a ottocento metri di distanza fra loro e dotati ognuno di frequentatori di un determinato tipo. Per esempio, la famosa Ipanema è apprezzata da gente del mondo dello spettacolo e da intellettuali di sinistra, il posto 9 è meta degli omosessuali e il 7 dei surfer, mentre l'11 e il 12 sono frequentati da mamme della classe medio-alta. Poiché le spiagge sono ancora pubbliche, nulla impedirebbe ai gay di andare al posto 7 o alle mamme alto-borghesi di andare a Ipanema. Eppure, come osserva Strahilevitz, «le norme sociali e le tradizioni sono forti, ed è comprensibile che i bagnanti poco vestiti, che sono più vulnerabili ai furti e potrebbero avere rapporti spiacevoli con i vicini, preferiscano stendere gli asciugamani e piantare gli ombrelloni vicino a gente affine». ⁵³

Mi pare ragionevole. Di sicuro, però, un minimo di mescolanza tra frequentatori, per quanto non diffusa, esisterà, o no? Ricordo di essere stato in metà di quelle spiagge come turista e, non avendo letto la guida, non so di preciso quali fossero. Come si può sostenere che il passaggio dalla strategia dell'atmosfera esclusiva a quella del buttafuori possa rientrare nell'interesse pubblico? Quello di Rio forse non è l'esempio più azzeccato – in fin dei conti, si tratta di suolo pubblico – ma di certo al mondo non c'è carenza di spiagge private. Desideriamo davvero che ci chiedano di mostrare il nostro profilo Facebook se per caso capitiamo o decidiamo di andare nella spiaggia di un gruppo sociale a cui non apparteniamo?

Nella prima stagione di *The Wire*, serial trasmesso dalla HBO, assistiamo proprio a un momento di imbarazzo di questo tipo, quando il giovane D'Angelo Barksdale, che spaccia droga ma non è del tutto senza cuore, porta la fidanzata in un ristorante di lusso a Baltimora. I due hanno un'aria estremamente imbarazzata e sembrano pesci fuor d'acqua: confondono le portate e dicono stupidaggini al cameriere. È chiaro che il ristorante rappresenta anche la società onesta a cui i due giovani vorrebbero tanto appartenere, se solo potessero abbandonare il traffico di stupefacenti. In una puntata successiva viene descritta una situazione

analoga, quando il maggiore di polizia Howard «Bunny» Colvin, diventato insegnante, porta gli allievi più problematici a una cena formale. È chiaro che questi non sono mai stati in un ristorante, e per un attimo rimangono talmente basiti da dimenticare la violenza, la droga e il turpiloquio. Né D'Angelo né gli studenti di Bunny sarebbero mai riusciti a entrare se i ristoranti in questione avessero preferito la strategia del buttafuori a quella dell'atmosfera esclusiva (anche se, probabilmente, i secondi sono entrati solo grazie alla presenza di Bunny).

Si consideri, altrimenti, il caso di un giornale rivolto soprattutto a un pubblico benestante. L'editore potrebbe giungere alla conclusione che la maggior parte dei commenti negativi che compaiono sul suo sito vengano da individui di classi inferiori, animati da invidia nei confronti dei ricchi. Introduce allora un'innovativa barriera a pagamento: anziché far pagare a tutti l'accesso al sito, impone una tariffa solo a coloro che guadagnano meno di 30.000 dollari all'anno – un'informazione facilmente reperibile in una sfera pubblica così ricca di dati –, partendo dal presupposto che solo i più motivati fra i poveri saranno disposti ad abbonarsi. Può darsi che, così facendo, l'editore elimini i commenti negativi sul giornale, ma non sembra un buon modo di promuovere un dibattito significativo e aperto a tutti. Il fascino dell'atmosfera esclusiva sta proprio nel fatto che la si può eludere, per avere conversazioni, conversioni e intuizioni altrimenti impossibili.

Un mondo ricco di dati, dove il diritto del buttafuori domini incontrastato e la prevenzione digitale sia la norma, toglierebbe probabilmente agli anni dell'infanzia e dell'adolescenza le stesse esperienze eccitanti cui sono di solito associate. Il fumo, l'alcol, il sesso, la pornografia, musica e film estremi: se d'ora in avanti non fosse più possibile fare queste esperienze senza passare per un intermediario digitale affamato di informazioni, perderemmo davvero qualcosa di prezioso. Naturalmente, molte di queste esperienze sono già illegali, ma in questo caso l'illegalità non è il problema principale; la vera domanda è se tali regimi siano aggirabili.

Contro il disfattismo tecnologico

A livello astratto, si potrebbe pensare che il dilagare di misure di prevenzione digitale e situazionale e di controlli basati sulla reputazione dei singoli sia un processo inarrestabile e irreversibile. Le informazioni sono ovunque e sempre meno costose. Possediamo tutti un telefono cellulare. La tecnologia sembra seguire una legge propria – quella di Moore – e noi, gli umani, possiamo solo conformarci e modificare le nostre leggi per soddisfare le esigenze della

tecnologia.

Questo sentimento pervade il nostro dibattito pubblico sulla tecnologia. Scrive, per esempio, Gordon Crovitz del «Wall Street Journal»: «Quale che sia il mix di bene e male che comporta, la tecnologia può solo progredire e non può essere bloccata». ⁵⁴ Nick Bilton, del «New York Times», parlando di multitasking osserva: «Che sia un bene o un male per la società ... a questo punto è abbastanza irrilevante». ⁵⁵ In *Hybrid Reality*, Parag e Ayesha Khanna affermano che «il flusso della tecnologia è al massimo rallentato dai governi riluttanti, anche se sarebbe più corretto dire che la tecnologia, nella sua ricerca di chi la desidera, semplicemente li ignora o li elude». ⁵⁶ Tutti questi commentatori sono chiari esempi di quello che io chiamo «disfattismo digitale»: sostengono, infatti, che questa creatura amorfa e autonoma chiamata «Tecnologia» con la T maiuscola perseguirebbe obiettivi propri e, in modo più o meno esplicito, danno a intendere che noi umani non possiamo farci granché.

Questa visione della tecnologia come forza autonoma ha una tradizione piuttosto lunga: nel 1978, con *Autonomous Technology: Technics-out-of-Control as a Theme in Political Thought*, Langdon Winner ne offre forse la sintesi migliore. ⁵⁷ Questa visione è stata smentita centinaia di volte per il suo approccio pigro e non empirico allo studio dei cambiamenti tecnologici, eppure è rimasta abbastanza radicata nella concezione popolare della tecnologia. Di recente, il tema è tornato in voga grazie al libro *What Technology Wants* di Kevin Kelly, il cui pensiero offre un buon punto di osservazione del disfattismo tecnologico, anche perché Kelly è un esperto della Silicon Valley nonché direttore esecutivo di «Wired». ⁵⁸ Inoltre, personaggi con le opinioni più disparate su «Internet» – da Tim Wu a Steven Johnson – sostengono di essere stati influenzati da *What Technology Wants*. ⁵⁹ Non sarebbe dunque così assurdo affermare che le teorie di Kelly costituiscono il terreno intellettuale su cui cresce e prospera l'internet-centrismo.

La caratteristica fondamentale del pensiero di Kelly è la negazione esplicita del proprio disfattismo. Utilizzando una parola fantasiosa – «technium» – come sinonimo di «Tecnologia» con la T maiuscola, rassicura i propri lettori sul fatto che «Il technium vuole ciò che noi progettiamo che voglia, e ciò verso cui noi cerchiamo di dirigerlo». ⁶⁰ Sembra un messaggio rasserenante e umanista, che tuttavia viene demolito dalla frase successiva: «Ma, oltre a tutto questo, il technium ha delle volontà proprie. Vuole ordinarsi da sé, autoassemblarsi in livelli gerarchici esattamente come fanno quasi tutti i sistemi profondamente interconnessi. Il technium vuole anche ciò che tutti i sistemi viventi vogliono: perpetuare se stesso, mantenersi in funzione. E via via che cresce, queste sue volontà implicite vanno acquisendo una forza e una complessità maggiori». ⁶¹

Kelly presenta il migliore dei mondi possibili: la tecnologia è sia quel che noi facciamo di essa sia una forza autonoma dotata di volontà e desideri propri, in larga misura indipendenti dagli esseri umani. Il pensiero di Kelly è pieno di questi discorsi ambigui, con cui ci viene promesso il controllo sulla tecnologia e, al tempo stesso, ci viene detto che non c'è alcun bisogno di esercitarlo, perché ormai è troppo tardi. Così può scrivere che «non dovremmo però preoccuparci se sia il caso o meno di accoglierla: siamo già andati ben oltre, ormai con la tecnologia viviamo in simbiosi», per poi aggiungere: «E il più delle volte, dopo averne valutato vantaggi e svantaggi nella nostra esperienza, scopriamo che i primi sono più numerosi, ma non di molto. In altre parole, scegliamo liberamente di utilizzare la tecnologia, e ne paghiamo le conseguenze». ⁶² Abbiamo, insomma, sia il misticismo – siamo in un rapporto quasi simbiotico con la tecnologia, l'abbiamo già abbracciata! – sia un potere radicale – se utilizziamo la tecnologia è perché vogliamo farlo! –, che è una combinazione piuttosto bizzarra.

Ma, promette Kelly, nulla di tutto ciò ha una reale importanza, dato che la tecnologia ha gli stessi fini dell'evoluzione, perché è essa stessa evoluzione con altri mezzi. Scrive, infatti, che, «con differenze minime, l'evoluzione del technium (l'organismo delle idee) imita l'evoluzione degli organismi genetici». ⁶³ La tecnologia è natura, e la natura è tecnologia; è inutile opporre resistenza: chi si sognerebbe di sfidare la natura? Sulla base di questo semplice ragionamento, Kelly sviluppa una teoria in grado di spiegare letteralmente qualsiasi sviluppo – dai virus informatici come Stuxnet agli occhiali di Google – affermando che sono semplicemente ciò che la tecnologia ha voluto.

Noi dobbiamo solo sviluppare adeguati strumenti di ascolto, e il resto verrà da sé. Perciò, osserva Kelly, «soltanto se ne [della tecnologia] conosciamo la storia, ne intuiamo le tendenze e le distorsioni e ne tracciamo la direzione attuale possiamo sperare di risolvere i nostri dubbi personali». ⁶⁴ Altrove scrive: «Possiamo decidere di modificare i nostri assunti legali, politici ed economici per riuscire ad andare incontro a queste traiettorie. Ma non possiamo sfuggirle». ⁶⁵ Insomma, Kelly ci dice: la tecnologia ha una storia da raccontare; noi dovremmo ascoltarla e modificare di conseguenza i nostri assunti politici ed economici.

Ma perché modificare «i nostri assunti politici ed economici», se possiamo invece influire sulle «traiettorie» stesse? E se non fossero veramente «prestabilite»? Perché cambiare la nostra concezione della privacy, quando potremmo dare nuove regole a Facebook e a Google? Perché accettare la proliferazione di provvedimenti influenzati dalla prevenzione situazionale e digitale, se abbiamo la possibilità di riservarli esclusivamente a casi in cui non

possono chiudere gli spazi di dissenso e di pensiero? E fino a che punto dovremo modificare i nostri assunti? E se la voce della tecnologia che Kelly pretende di sentire fosse in realtà la lingua del marketing parlata dagli uffici di pubbliche relazioni della Silicon Valley? Kelly non si preoccupa di questioni del genere; soccombe invece al pregiudizio pro innovazione e dichiara che nessun meme dev'essere sprecato: «La risposta più appropriata a una nuova idea dovrebbe essere un collaudo immediato. Poi si dovrebbe continuare a testarla, a metterla alla prova, per tutta la sua esistenza». ⁶⁶ L'avete sentita, la mina antiuomo?

Dall'analisi di Kelly non emerge mai alcun timore sulla distribuzione. Aniché interrogarsi su chi dovrebbe avere il proverbiale flauto di Aristotele da suonare – i ricchi? i virtuosi? qualcuno a caso? – Kelly immagina che la tecnologia produrrà abbastanza flauti da rendere obsoleto lo stesso interrogativo sulla distribuzione. Come Peter Diamandis, Kelly descrive un mondo in cui la tecnologia garantirà abbondanza, e l'abbondanza renderà superflui i conflitti per accaparrarsi le risorse. Sembrerebbe una visione piuttosto superficiale della natura umana, perché quando tutti possiedono un flauto, qualcuno ne vorrà certamente due, se non altro per distinguersi dal vicino. In assenza di solide istituzioni politiche, l'abbondanza di per sé non significa molto.

L'aspetto più inquietante delle idee di Kelly – che in questo senso è rappresentativo di molti altri esperti di tecnologia – è che non tenga conto delle comunità locali e neppure degli Stati-nazione. Il suo campo di indagine è l'umanità intera, il cosmo. Il termine migliore per descrivere la sua filosofia è «macroscopismo»: ogni cosa viene analizzata sulla base della sua capacità di soddisfare i bisogni dell'umanità nel suo insieme. Descrive, quindi, le comunità locali che scelgono di porre restrizioni a tali tecnologie, o di proibirle del tutto, come se stessero effettivamente privando l'umanità di qualcosa. Secondo questa logica, gli europei starebbero negando possibilità a tutti noi perché impongono regole sulla distribuzione degli alimenti geneticamente modificati o hanno leggi ambientali più restrittive. Questo è uno dei casi in cui la vacuità della retorica che ammantava i temi della giustizia globale toglie alle pratiche locali esistenti qualsiasi significato e spazio di manovra.

Ciò risulta particolarmente evidente nel modo in cui Kelly affronta la questione degli Amish e del loro limitato – e per qualcuno, forse, anche saggio – uso della tecnologia. Ciò che Kelly teme è che gli Amish, rifiutandosi di utilizzare certe tecnologie, possano rallentare il progresso ovunque: «Ma a differenza di un singolo individuo che si dissocia da una certa tecnologia, la società degli amish, indirettamente, impone restrizione agli altri e a se stessa». ⁶⁷ L'idea che le comunità politiche possano avere il diritto ad autodeterminarsi non lo sfiora neppure, così come il fatto che imporre limiti alla tecnologia – purché

sia fatto in modo democratico, come purtroppo non avviene sempre fra gli Amish – in realtà potrebbe essere un bene per l'umanità. Anziché criticare i mezzi non democratici, lui si preoccupa solo dei fini.

Analogamente, quando si discute di restrizioni da porre alla tecnologia, Kelly le giudica tutte inefficaci, quando non dannose. «Se guardiamo alla tecnologia da una prospettiva globale, le proibizioni sono effimere: un certo oggetto, vietato in un luogo, prospererà in un altro.»⁶⁸ Quindi prosegue: «In un mercato globale, nulla viene eliminato. Se una tecnologia viene vietata in un certo luogo, scivola via solo per riemergere da qualche altra parte del pianeta».⁶⁹ Ma perché dovremmo osservare la tecnologia sul piano globale, se viviamo in un mondo in cui la tecnologia è regolata da comunità locali? Una certa tecnologia può scomparire in un posto e riemergere in un altro, perché nel primo caso una comunità l'ha giudicata inaccettabile e ha avuto forza sufficiente per far rispettare il divieto, mentre nel secondo caso la comunità o ha adottato volontariamente la tecnologia o era troppo debole, o corrotta, per resistere alle lusinghe dei suoi promotori.

Il problema, con il pensiero di Kelly, è che ufficialmente si occupa solo di tecnologia, ma in realtà è profondamente politico; peggio ancora, spaccia discorsi politici molto sgradevoli. Nessuno più dei nazisti amava pensare che la tecnologia fosse un'estensione della natura stessa (be', almeno prima che la possibilità della sconfitta non li costringesse a un maggiore pragmatismo). Ecco che cosa dice Kelly a proposito di natura e tecnologia: «La tecnologia, in definitiva, deriva la propria supremazia ... dal fatto di originarsi dalla stessa autorganizzazione che ha generato le galassie, i pianeti, la vita e la mente».⁷⁰ Si consideri, altrimenti, questo passo: «Noi tendiamo a isolare dalla natura la tecnologia manufatta, sino al punto di pensarla come una specie di “anti-natura”, solo perché si è sviluppata per competere con l'impatto e la forza del suo ambiente. Ma dal punto di vista delle sue origini e delle sue caratteristiche di base un utensile è naturale tanto quanto la nostra vita».⁷¹ Ora si confrontino le dichiarazioni di Kelly con le riflessioni filosofeggianti del funzionario nazista Fritz Todt: «Sarebbe un paradosso se le opere della tecnologia fossero contrapposte alla natura nel loro aspetto esteriore, perché la vera essenza della tecnologia è una conseguenza delle leggi naturali. ... Le opere della tecnologia devono essere erette in armonia con la natura; non bisogna permettere loro di entrare in conflitto con essa, come misure sconsiderate ed egoiste».⁷² I nazisti avevano udito la voce della tecnologia, che li aveva edotti sulle camere a gas.

Analogamente, il lato liberista del pensiero di Kelly deriva direttamente da Ayn Rand, benché egli non riconosca questa influenza. Capita raramente di sentire citare Rand nell'ambito della filosofia della tecnologia, eppure scrisse un

saggio, *The New Anti-Industrial Revolution*, in cui affrontava a testa bassa la questione della regolamentazione della tecnologia. Il nocciolo del discorso può essere condensato nella seguente frase lapidaria: «Una tecnologia “ristretta” equivale a una mente censurata». ⁷³ Nella migliore tradizione macroscopistica, Rand scrive che «le restrizioni [in campo tecnologico] denotano un tentativo di disciplinare l'ignoto, di limitare ciò che non è ancora nato, di regolamentare ciò che non è ancora stato scoperto». ⁷⁴ Siccome non possiamo sapere quale innovazione una determinata restrizione finirà per impedire, non dovremmo mai cercare di imporla. «Chi può prevedere quando, dove o come una determinata informazione potrà essere colta da una mente attiva e che cosa potrà produrre?» ⁷⁵ si domanda Rand prima di affermare che una «crociata ecologica» ci avrebbe privato degli spazzolini da denti e che «computer programmati da una manica di hippy» (scrisse davvero così, nel 1971!) avrebbero ritardato il progresso umano. ⁷⁶ Secondo questa logica, le società non dovrebbero limitare l'uso delle armi biologiche o dell'amianto, perché in futuro potrebbero riservarci qualche sorpresa positiva, a noi ancora ignota.

Per corroborare l'idea secondo cui le tecnologie – e ora «Internet» – si svilupperebbero seguendo regole proprie, Kelly e altri studiosi sono soliti invocare la legge di Moore. Per Kelly, «la curva ... è uno dei modi in cui il technium ci parla». ⁷⁷ La concezione per cui la legge di Moore sarebbe simile a una legge naturale è molto diffusa nella Silicon Valley – è uno dei miti originari del movimento della singolarità di Ray Kurzweil – e si è estesa oltre i confini dell'industria tecnologica, spesso invocata per giustificare determinati sviluppi correnti.

Sono stati fatti pochi studi empirici rigorosi sulla legge di Moore, ma è forse il finlandese Ilkka Tuomi, studioso dell'innovazione, l'autore dell'opera più imponente: ha svolto ricerche sui dati del settore, calcolando gli effettivi tassi di crescita e individuando diverse espressioni della legge di Moore, nonché i riferimenti a essa sui mass media. Ebbene, qual è stata la sua conclusione? «A rigore, la legge di Moore non esiste. La maggior parte delle trattazioni in cui viene citata sono storicamente imprecise e ne ingrandiscono la portata ben oltre l'evidenza empirica disponibile» scrive Tuomi. ⁷⁸ Inoltre, osserva lo studioso, «dal punto di vista sociologico la legge di Moore rappresenta un esempio affascinante di come vengano fabbricati i miti nella società moderna e di come questi si diffondano rapidamente negli articoli scientifici, nei discorsi dei più importanti imprenditori e nei documenti politici dei governi di tutto il mondo». ⁷⁹

Nella formulazione originaria fornita nel 1965 da Gordon Moore, cofondatore della Intel, la legge affermava che il numero dei componenti dei chip con il costo di produzione più basso per componente raddoppia praticamente ogni 12 mesi.

Dieci anni dopo corresse i propri calcoli, portando a 24 mesi il tempo necessario al raddoppio, ma cambiò anche l'oggetto delle sue misurazioni. Pertanto, scrive Tuomi, Moore continuò a contare il numero dei componenti dei chip semiconduttori, ma anziché concentrarsi sui circuiti dai costi ottimali, mappò l'andamento della complessità massima dei chip esistenti. Nel 1979 riformulò nuovamente la legge. Nel frattempo, l'industria aveva utilizzato la sua legge per spiegare tutto ciò che voleva, adottando persino un diverso calcolo dei tempi (18 mesi). Come numerosi mass media potrebbero attestare, molti pensano ancora che Moore abbia parlato di 18 mesi – era riportato persino dal sito di Intel – anche se lui stesso lo nega: «Non ho mai parlato di 18 mesi. Ho parlato di un anno e, poi, di due anni». ⁸⁰

Analizzando gli effettivi tassi di crescita, Tuomi ha scoperto che l'industria dei semiconduttori stava sì crescendo in misura significativa, ma non eccezionale ed esponenziale. La crescita negli anni Settanta ha avuto modelli diversi da quelli degli anni Ottanta, e negli Novanta sono cambiati ancora. La differenziazione è ancora più marcata fra i singoli microprocessori. Mettere in dubbio la legge di Moore non significa negare che negli ultimi cinquant'anni abbiano avuto luogo importanti cambiamenti, bensì verificare fino a che punto tali cambiamenti si adattino a un singolo modello previsto da una «legge». Come sottolinea Tuomi, la legge di Moore si è sempre riferita al futuro, non al passato, e l'industria dei semiconduttori non si è mai preoccupata di essere rigorosa sul piano storico.

Un'interpretazione interessante dell'opera di Tuomi è che l'industria dei semiconduttori ha beneficiato enormemente della retorica nata intorno alla legge di Moore, poiché prometteva semiconduttori sempre meno costosi e contribuiva ad alleviare i timori sui luoghi e i modi del loro effettivo utilizzo, incentivando così la domanda inizialmente scarsa dei prodotti di questo settore. Con il senno di poi, forse è stato meglio così. «L'industria ha continuato a precipitare in avanti, nella speranza che la legge di Moore reggesse, salvasse la situazione economica e giustificasse la fiducia nel progresso tecnico» osserva Tuomi. «Anziché soddisfare un'esigenza del mercato, l'industria dei semiconduttori ha creato mercati in modo attivo e aggressivo.» ⁸¹ Non bisogna però scambiare gli abili trucchi retorici e di marketing dell'industria dei semiconduttori e dei computer per leggi divine che ci informano sul futuro.

Un concetto come la legge di Moore non cade dal cielo, e non circola per così tanto tempo solo in virtù della sua esattezza (che poi è molto relativa). Anziché ipotizzare che la tecnologia ci parli attraverso la legge di Moore, converrebbe domandarsi chi – la Intel, magari? – ci stia parlando veramente. Il fatto che discorsi su «che cosa vuole la tecnologia» permettano all'industria tecnologica di

presentare le proprie strategie aziendali come un naturale sviluppo della storia non è da prendere sotto gamba. La tecnologia non vuole un bel niente, e neppure «Internet».

Su norme e rumori

Il disfattismo tecnologico sminuisce l'utilità di opporre resistenza alla tecnologia e occulta le vie per cercare la riforma e il cambiamento. Il suo modello del mondo è riassunto dal motto della Fiera internazionale di Chicago del 1933: «La scienza scopre, l'industria applica, l'uomo si adegua». ⁸² Per effetto di ciò, troppa gente è stata indotta a pensare erroneamente che non si possa far altro che cambiare le nostre norme, dato che la tecnologia segue un proprio percorso inarrestabile. Qualsiasi tipo di ansia e di preoccupazione di fronte a particolari tecnologie viene liquidata come una reazione paurosa, come una fobia, inutile panico morale destinato a svanire nel nulla, una volta che gli utenti avranno sviluppato le giuste strategie di adattamento e aggiornato le proprie norme.

Questa sovrapposizione di ansia e tecnofobia ha una lunga storia. Lo storico Bernhard Rieger ha studiato le reazioni ambivalenti alle nuove tecnologie in Gran Bretagna all'inizio del XX secolo e ha rilevato che tale ambivalenza solo di rado ha ostacolato l'innovazione. Al contrario, egli sostiene che «l'ambivalenza dovrebbe essere vista come una parte integrante dei dibattiti pubblici britannici, utile a incentivare una cultura aperta all'innovazione». ⁸³ Anzi, l'ambivalenza nei confronti della tecnologia fu una reazione del tutto sana e razionale, perché il funzionamento dei nuovi congegni era incomprensibile per la maggior parte dei non addetti ai lavori. Rieger descrive, dunque, una certa tensione esistente «fra le richieste di una condotta razionale di fronte alle innovazioni e il fatto che molti contemporanei potevano fondare in modo molto parziale questa condotta su una conoscenza dettagliata o scientifica delle nuove tecnologie». ⁸⁴ È un atteggiamento che faremmo bene a riscoprire anche oggi.

Per quanto riguarda la solita rassicurazione per cui dovremmo solo aspettare che le nostre norme si adattino al nuovo ambiente tecnologico, anche in questo caso la situazione è assai più complessa. Un esempio molto caro agli esperti di tecnologia è la storia delle macchine fotografiche, la cui diffusione alla fine del XIX secolo creò una generazione di paparazzi dilettanti, o *Kodakers*, stimolando il primo grande dibattito sulla morte della privacy. ⁸⁵ Pochi decenni dopo, recita la morale, con il graduale adattamento della gente al nuovo strumento, tali timori sono passati perlopiù in secondo piano. La logica del discorso è uguale a quella di Kelly: le persone hanno preso atto della traiettoria prestabilita della tecnologia

fotografica e hanno modificato le proprie concezioni di conseguenza. E se lo abbiamo fatto con la macchina fotografica, perché non possiamo farlo anche con «Internet»?

Ma questa storia può essere davvero considerata un esempio di reazione intelligente alla tecnologia da parte della società? Perché dovrebbe costituire il modello della nostra condotta futura? L'adattamento delle norme è solo una delle risposte possibili. In alcuni casi tale adattamento potrebbe non derivare da una scelta consapevole, bensì dall'insuccesso dell'azione collettiva. Nella storia ci sono stati anche molti esempi di azione collettiva riuscita, abbinata a politiche intelligenti e a una serie di soluzioni tecnologiche che non hanno imposto cambiamenti delle norme di fronte alla tecnologia.

Si confronti la storia dei *Kodakers* con le campagne per la riduzione del rumore lanciate all'inizio del XX secolo. ⁸⁶ Con l'industrializzazione delle grandi città, il rumore sembrava onnipresente: i tram cominciavano a sferragliare, le fabbriche a ronzare e gli automobilisti a strombazzare (per non parlare del fatto che le decadenti classi medie cominciavano a sbattere i tappeti dalla finestra e a suonare il piano di notte). Per combattere il baccano si formarono numerosi movimenti sociali, con nomi tipo Lega antirumore e Associazione tedesca per la difesa dal rumore. Si batterono con tutte le loro forze per ottenere leggi antirumore, diffondendo anche numerose innovazioni, come la macchina da scrivere silenziosa, la moquette, motori elettrici poco rumorosi e macchine per l'edilizia silenziate, veicoli su rotaia con pneumatici.

Come sottolinea la storica olandese Karin Bijsterveld, nel 1934 le varie campagne della Lega antirumore portarono all'introduzione nel Regno Unito di un emendamento del codice della strada che imponeva l'uso della marmitta per ridurre il rumore dei tubi di scappamento, proibiva la vendita di veicoli a motore troppo rumorosi per difetti di fabbricazione o di scarsa manutenzione, nonché l'uso del clacson nelle zone abitate fra le 23.30 e le 7 del mattino. A New York, la Società per la soppressione del rumore superfluo riuscì a ottenere la creazione di zone silenziose intorno agli ospedali e alle scuole, e condusse una campagna coronata da successo per vietare alle navi di suonare la sirena più del necessario e imporre persino un limite ai fuochi d'artificio per la festa del 4 luglio.

Vienna rappresenta forse l'esempio più interessante. Le riforme invocate dai paladini della lotta al rumore, guidati dall'intellettuale tedesco Theodor Lessing, finirono perlopiù nel nulla. ⁸⁷ Tuttavia, le loro battaglie non furono vane, perché il dibattito pubblico che riuscirono a stimolare fece sì che la quiete divenisse uno degli indicatori più importanti della qualità della vita urbana e una sfida per le amministrazioni comunali. In altre parole, come osserva lo storico Peter Payer, «le loro campagne, stimolando la consapevolezza dell'ambiente acustico,

influenzarono non solo il modo di ristrutturare lo spazio urbano, bensì anche il modo in cui avrebbe dovuto essere percepito e utilizzato dalle persone che lo abitavano». ⁸⁸ E anche se diverse proposte di Lessing paiono eccentriche – voleva che ci fosse un servizio di battitura di tappeti professionale centralizzato da relegare in un’area ristretta e che la gente suonasse i propri strumenti musicali con le finestre chiuse –, molte altre sembrano ragionevoli ancora oggi, come per esempio «l’utilizzo di ruote di gomma e di materiali di pavimentazione delle strade in grado di attutire la cacofonia del traffico dei veicoli, l’imposizione di un imballaggio accurato delle merci trasportate nelle città, per evitare che sbatacchiassero rumorosamente, e la costruzione di scuole in mezzo a giardini pubblici e riserve naturali, per garantire agli studenti l’atmosfera tranquilla necessaria all’apprendimento». ⁸⁹ Lessing, forse, non sarà stato abile a promuovere l’adozione di determinati provvedimenti, ma di sicuro stimolò la fantasia dei riformisti (anche perché i primi movimenti antirumore erano collegati alle altre due cause predilette da Lessing: il socialismo e il femminismo).

Ciò non significa che all’epoca non esistessero i disfattisti tecnologici. Molti sostenevano, proprio come gli odierni guru di Internet con le loro storie sull’inevitabilità, che il rumore non avrebbe mai abbandonato le città, e che i viennesi avrebbero dovuto abituarsi a convivervi. Se solo avessero ascoltato la voce della ragione – cosa non delle più facili in mezzo a tutto quel baccano – gli abitanti di Vienna avrebbero accettato la situazione senza problemi. Spiega Payer: «Gli avversari dei militanti antirumore accusavano Lessing e i suoi sostenitori di essere fanatici ipersensibili e nemici del progresso. Il loro rifiuto di sopportare il baccano era visto come sintomo di nevrosi e debolezza, come incapacità di adattarsi alla vita moderna. Se solo ci avessero provato, sarebbero riusciti ad abituarsi al rumore». ⁹⁰ In poche parole, mancavano le nuove norme.

Il rumore, naturalmente, non è scomparso del tutto dalle nostre città, ma possiamo solo immaginare come sarebbe ora se non fossero mai stati adottati i provvedimenti invocati dai militanti antirumore. Certo, saranno cambiate anche alcune norme – a furia di essere circondati dal chiasso, i cittadini si abituano – ma quel misto di azione collettiva e politiche intelligenti è stato molto più efficace. Perché non potrebbe essere questo il modello per il nostro dibattito su «Internet»?

Saremo in grado di sfidare il disfattismo tecnologico solo evitando di usare parolone come «tecnologia» e «Internet». Al contrario, dobbiamo smascherare ed evitare qualsiasi pregiudizio culturale, intellettuale e politico – si pensi a Kevin Kelly – che queste introducono nei nostri dibattiti. Ci converrebbe esaminare le singole tecnologie per quel che sono, liberate dai feticci

macroscopici della Silicon Valley.

Si pensi a una sofisticata tecnologia biometrica come il riconoscimento facciale automatico. Se siete impantanati nella concezione macroscopica della tecnologia autonoma, probabilmente vi arrenderete e l'accetterete semplicemente così com'è. È quel che propone il giornalista di «Slate» Farhad Manjoo quando scrive che «la tecnologia avanza e la gente comune – che a causa dell'identificazione dei volti sarà pedinata, incarcerata o molestata in altri modi – ne subirà gli effetti collaterali». ⁹¹ Insomma, questo è l'adattamento pessimistico della tesi dell'autonomia: scorrerà del sangue, ma è inutile opporre resistenza. Poi, all'improvviso, Manjoo ritrova l'ottimismo e ci promette che le norme si adatteranno di nuovo. «Ben presto, però, impareremo a convivervi. Saranno istituiti nuovi codici di condotta e persino nuove regole che stabiliranno quando sarà lecito puntare la telecamera su una persona e identificarla.» ⁹² E, tanto per stroncare in partenza qualsiasi misura politica nei confronti della tecnologia, Manjoo ci ricorda di nuovo quanto sia futile opporvisi. «Ormai è troppo tardi per tornare indietro: se il vostro volto e il vostro nome sono online, siete già reperibili. ... Non volete esserlo? Potete sempre disconnettervi da Internet o uscire di casa con uno strano cappello in testa e un naso finto.» ⁹³

Come critica sociale, è inefficace. Il macroscopismo non è capace di parlare di politica – possiamo solo disconnetterci da Internet o indossare un naso finto – e neppure una dose massiccia di sarcasmo serve a molto. Come rimedio contro qualsiasi riforma sociale, il fatalismo di Manjoo è esplicitamente reattivo. Possiamo solo immaginare a che cosa si ridurrebbe la sua analisi una volta spogliata di tutta la retorica abituale – autonomia, macroscopismo, adattamento alle norme – del discorso sulla tecnologia.

Per scoprirlo, si confrontino le vaghe dichiarazioni di Manjoo con le indagini approfondite sul riconoscimento facciale svolte da studiose come Kelly Gates e Shoshana Amielle Magnet. ⁹⁴ Kelly Gates, nella sua indagine storica sul riconoscimento facciale automatico, sottolinea come queste tecnologie raramente siano precise come millantano i loro proprietari. Gli imprenditori mentono regolarmente su quel che le loro tecnologie sono in grado di fare, per accaparrarsi più finanziamenti governativi da utilizzare per migliorare le tecnologie stesse. Gates analizza il modo in cui l'industria del riconoscimento facciale ha sfruttato il panico seguito all'11 settembre per promuovere le proprie soluzioni in modo ancora più aggressivo. Individua inoltre le strategie con cui le aziende cercano di coinvolgere i normali utenti nel perfezionamento delle tecnologie, talvolta progettando giochi online in cui gli utenti sono invitati a riconoscere delle foto. Nessun lettore della Gates giungerebbe alla conclusione che le tendenze da lei descritte potrebbero essere riassunte con il motto «la

tecnologia avanza». Al contrario, dalla sua ricerca possiamo ricavare nuove modalità di critica e resistenza. Forse i mass media dovrebbero prestare più attenzione ai continui fallimenti di queste tecnologie, non solo al loro dispiegamento. Forse i consumatori in America e in Europa dovrebbero essere consapevoli del fatto che la ricerca di software migliori per elaborare le loro foto potrebbe complicare la vita ai dissidenti cinesi o iraniani.

Shoshana Magnet, nel suo studio non meno illuminante sugli inconvenienti delle tecnologie biometriche, osserva che i rappresentanti dell'industria utilizzano regolarmente un particolare espediente retorico per promuovere le proprie innovazioni, sostenendo che queste tecnologie sarebbero in grado di eliminare ogni forma di discriminazione perché, a differenza degli algoritmi realizzati dagli esseri umani, sarebbero neutrali e insensibili alla razza o al colore della pelle delle persone (abbiamo già sentito questa storia). La studiosa rileva, invece, che queste tecnologie spesso fanno l'esatto opposto, perché «si accaniscono regolarmente su particolari soggetti, sbagliano a identificare le persone ed escludono alcune comunità». ⁹⁵ In effetti, gli scanner biometrici delle impronte digitali hanno difficoltà a esaminare le mani delle donne asiatiche. Gli scanner dell'iride escludono gli utenti sulla sedia a rotelle e quelli con menomazioni alla vista. Lo UK Biometrics Working Group ha rilevato che è particolarmente difficile prendere le impronte digitali a persone che svolgono mestieri «impiegatizi, manuali e di manutenzione»; ⁹⁶ insomma, forse è un po' prematuro affermare che gli scanner biometrici delle impronte digitali sarebbero privi di pregiudizi di classe. Ecco un altro motivo per cui sarebbe auspicabile qualche supervisione indipendente degli algoritmi.

Non è necessario rifiutare del tutto le tecnologie biometriche per ritenere necessaria l'individuazione di modi migliori e più empirici di parlarne. Presentarle come qualcosa di inevitabile che si sviluppa secondo la sua propria logica – o, come nel caso di Kelly, secondo la logica dell'intero universo – significa precludere numerosi interventi utili. Queste tecnologie sono tutto fuorché prestabilite. Si pensi solo a come il riconoscimento facciale potrebbe influenzare tecniche come la prevenzione situazionale e incentivare strategie di esclusione come il diritto del buttafuori. Se si è in grado di identificare i nomi delle persone solo vedendole in faccia – senza neppure chiedere loro di identificarsi –, si possono adattare le proprie regole di accesso in modi ancora più sofisticati. Oppure si possono analizzare i volti delle persone per individuare le loro emozioni ed eventualmente, se hanno l'aria di mentire, negare loro l'accesso.

Per individuare connessioni fra le singole tecnologie e il loro possibile utilizzo in sistemi di controllo più vasti bisogna superare il discorso sulla tecnologia in

generale e ragionare in modo più circoscritto, ma anche più rigoroso ed empirico. Una volta abbandonati i confini del grandioso dibattito sulla «tecnologia» e su «Internet», diventa possibile adottare diverse modalità di pensiero e dibattito, informate sul piano storico e tecnologico e attente ai dettagli e al contesto legale ed economico. Questo non significa rifiutare le soluzioni tecnologiche in sé, bensì mettere in discussione la loro universalità, e magari trovare il modo di stimolare un dibattito permanente all'interno della comunità, anche quando una tecnologia apparentemente innocua e poco ingombrante generi un enorme sistema socio-tecnologico per autopromuoversi.

VII

L'iPhone di Galton

Né l'informazione né un'iniezione di droga potranno mai dare la felicità, se le hai a disposizione, ma se non le hai possono farti stare da cane.

MICHEL SERRES ¹

L'esperienza quotidiana di un'esistenza soggetta a molteplici forme di pianificazione e controllo ci porta tutti a dare per scontato un mondo di sostanze fittizie. ... Le amebe verbali con cui indichiamo i fantasmi dell'universo amministrato connotano perciò compiaciuto illuminismo, impegno sociale e razionalità, senza tuttavia denotare mai nulla che si possa assaggiare, annusare o toccare, di cui si possa fare esperienza. In questo deserto semantico pieno di echi confusi abbiamo bisogno della coperta di Linus, di qualche prestigioso feticcio da portare in giro per poterci sentire probi difensori dei sacri valori.

IVAN ILLICH ²

Il futuro appartiene ai datasexual. Come spiegava The BigThink, un sito web finalizzato alla promozione del dibattito intellettuale, in un breve ma provocatorio saggio postato nell'aprile 2012: «Lo stesso Zeitgeist culturale che ci ha dato il metrosexual – il maschio metropolitano ossessionato dalla cura estetica e dall'aspetto personale – sta creando anche il suo equivalente digitale: il datasexual». ³ The BigThink non aveva alcuna intenzione satirica: il datasexual – sosteneva – è un archetipo reale e sempre più diffuso, un sottile indizio del fatto che New York sta perdendo la battaglia culturale contro la Silicon Valley. «I datasexual hanno un aspetto molto simile al vostro e al mio,» proseguiva il saggio citato «ma la differenza sta nella loro preoccupazione per i dati personali. Sono incessantemente in modalità digitale, registrano in maniera ossessiva tutto ciò che riguarda la loro vita privata e trovano che i dati siano sexy. ... La loro

vita – almeno dal punto di vista dei dati – è perfettamente curata.» ⁴

I datasexual sono per la Silicon Valley ciò che gli hipster sono per Brooklyn: entrambe le categorie sono onnipresenti e, oltre una certa soglia, fastidiose. Di questi tempi, si fatica a trovare attività quotidiane che non vengano monitorate e registrate; ora che chiunque possiede uno smartphone, ogni forma di esistenza umana è soggetta a misurazione, analisi e condivisione. Un gruppo di fantasiosi imprenditori ha addirittura sviluppato spazzolini da denti smart, in grado di registrare – e condividere – tutto ciò che riguarda le nostre abitudini nel campo dell'igiene orale; gli spazzolini sono dotati di appositi sensori che non solo tengono d'occhio il nostro modo di spazzolare, bensì condividono questi dati – grazie a una speciale app installata sullo smartphone – con i dentisti o gli addetti all'igiene orale in vista di una programmazione delle cure. ⁵ Ammettiamolo, a chi non piacerebbe godersela per un attimo a rimuginare su quei diagrammi, tanto più se possono essere proiettati sullo schermo del nostro bagno? Di certo, sono più divertenti di quei grafici tremolanti sulla povertà in Africa che si vedono in televisione.

Una volta abbracciata la mentalità datasexual, non c'è tregua al self-tracking, neanche al momento di coricarsi. In aggiunta alla panoplia di gadget che già consentono di monitorare il proprio ciclo del sonno – sempre ammesso che siate disposti ad attaccarvi dei sensori alla testa prima di dormire – una nuova generazione di dispositivi permetterà di collegare la qualità del nostro sonno al nostro ambiente. I ricercatori della Intel stanno lavorando su un sistema – dal rassicurante nome di Lullaby (ninna-nanna) – che incorpora ed elabora i dati ricevuti da una videocamera a infrarossi, da due fotocellule a infrarossi passive e da altri dispositivi sensibili alla luce, alla qualità dell'aria, al suono e alla temperatura. Tutti questi sensori raccolgono dati su quel che accade intorno a chi dorme e ne tengono traccia – con grafici, statistiche e tutto il resto – su un apparecchio touch screen da tenere sul comodino.

Perché mai si dovrebbe trasformare la propria camera da letto in un tempio della sorveglianza piazzando un monitor sputatabelle sul comodino (dopotutto, non c'è niente di meglio di un po' di pornografia dei dati mentre si dorme)? Be', secondo i ricercatori il punto è che Lullaby può «fornire raccomandazioni concrete per affrontare i disturbi del sonno identificati». ⁶ Come facevamo in epoca prescientifica a farci venire in mente che forse era il caso di chiudere le finestre e tirare le tende? Un mistero insondabile. In questo modo, il sonno sarà disturbato dall'ansia, anche se nulla nell'ambiente è mai stato di disturbo. Ora che i sensori affermano che il vostro sonno è pieno di «fonti di disturbo», chi siete voi per smentirli? Il soluzionismo sarebbe divertente, se non fosse così tragico.

Alexandra Carmichael, imprenditrice nel campo della salute e rigorosa adepta dello stile di vita datasexual, aveva l'abitudine di registrare quaranta aspetti della sua vita quotidiana, dal sonno alla pesata mattutina, dall'apporto calorico all'umore, senza dimenticare il sesso, la ginnastica e il giorno d'inizio del ciclo mestruale. ⁷ Il «Wall Street Journal» ha presentato il ritratto di un altro datasexual – il graphic designer newyorchese Nicholas Felton –, che ogni anno pubblica un suo rapporto personale (intitolato, senza presunzione, «Feltron Annual Report»). Che gioia dev'essere sapere che nel 2007 ha ricevuto tredici cartoline, ha perso sei partite a biliardo e ha letto 4736 pagine di libri; il nostro fortunato amico, ci viene spiegato, ha anche «tenuto traccia di tutte le strade di New York da lui percorse e ha catalogato, secondo il paese d'origine, le seicentotrentadue birre che ha bevuto». ⁸ Nel 2011 ha annotato quarantacinque sedute in palestra e appena nove passaggi al negozio di liquori. Gli eredi di Felton non avranno granché da rimproverargli. Le sue altre statistiche relative a quell'anno devono essere state altrettanto convincenti: nel 2011 Felton è stato assunto da Facebook (è probabile che nessun altro candidato avesse un curriculum così lungo). ⁹ Che cosa c'è di spiacevole in questo «taylorismo interiore»?

Sul «Financial Times» leggiamo di un altro «self-tracker» (patito dell'automonitoraggio), un certo Joe Betts-LaCroix, che per tre anni consecutivi ha meticolosamente registrato non solo il proprio peso, ma anche quello della moglie e dei due figli. Veniamo a sapere anche che Joe ha monitorato per dieci anni il ciclo mestruale della moglie, eppure, a quanto pare, lei non apprezza tutto questo impegno. «Io stavo partorendo nostro figlio, e lui, invece di tenermi la mano, farmi coraggio e abbracciarmi, se ne stava seduto in un angolo a compilare un foglio elettronico per misurare gli intervalli tra una contrazione e l'altra» ha dichiarato al «Financial Times» (speriamo che Joe usasse almeno un software open-source). ¹⁰

L'impresa più sconvolgente in fatto di automisurazione, però, è quella di Larry Smarr, un informatico di cui l'«Atlantic» ha recentemente pubblicato un profilo. Smarr appartiene a una categoria speciale di self-tracker: lui monitora tutto quello che viene monitorato dagli altri, ma si spinge oltre. Per esempio, raccoglie e analizza le proprie feci. Scrive l'«Atlantic»: «Si appassiona alla biochimica delle sue feci, conservando grafici particolareggiati del loro contenuto microbico. Larry è arrivato addirittura al punto di estrarre con cura dei campioni in scatola dal frigorifero della cucina per mostrarli agli incauti visitatori». ¹¹ I datasexual, a quanto pare, non hanno paura di sporcarsi le mani.

Non lasciatevi però indurre dall'internet-centrismo a credere che la rivoluzione digitale abbia imboccato una qualche inaudita svolta fecale. Al

contrario, lo sforzo di Smarr per carpire la verità più profonda delle sue feci potrà essere facilitato dalle più recenti tecnologie, ma come progetto di automiglioramento non è affatto nuovo. Si pensi a Horace Fletcher (1849-1919), un maniaco dell'alimentazione sana paragonabile a Larry Smarr, che si guadagnò il soprannome di «Grande Masticatore» per l'invito rivolto ai suoi seguaci di masticare il cibo trentadue volte. ¹² Fletcher non disponeva della panoplia di dispositivi usati da Smarr, ma si impegnavo ugualmente a pesare le proprie feci e ad analizzarle al microscopio. Quest'uomo era convinto che, se gli esseri umani avessero seguito un adeguato regime masticatorio, i loro escrementi sarebbero risultati piuttosto secchi, caratterizzati soltanto da un «odore di argilla umida o di biscotto caldo». (Una teoria che parve abbastanza convincente a Henry James, grande ammiratore e sostenitore di Fletcher.) ¹³ Il suo libro *Fletcherism, What It Is: Or, How I Became Young at Sixty*, pubblicato per la quinta volta nel 1913, contiene tabelle che vantano la leggerezza delle deiezioni dell'autore: Fletcher era un datasexual per eccellenza (fa niente se, dopo essere diventato giovane a sessant'anni, è morto a settanta). La sua domanda retorica – «C'è qualcosa di più sacro del servire fedelmente all'altare della nostra “Santa Efficienza”?» ¹⁴ – è uno slogan perfetto per i datasexual nostri contemporanei come Smarr.

Escrementi a parte, ci sono stati molti sperimentatori del genere già prima di Fletcher. Qualcuno potrebbe fare il nome di Benjamin Franklin che, con la sua ossessiva ricerca della «perfezione morale», teneva un diario su cui registrava i progressi compiuti riguardo a tredici virtù, tra cui la frugalità e la temperanza. ¹⁵ Nel 1880 Francis Galton, pioniere della statistica e padrino dell'eugenetica, presentò un oggetto da lui definito «registratore tascabile», una brillante invenzione che gli permetteva di classificare soggetti di vario tipo in mezzo alla folla senza dare nell'occhio. ¹⁶

Secondo il suo biografo Michael Bulmer, Galton «attirò l'attenzione [anche] sulla facilità con cui era possibile tenere dei registri praticando dei fori sulla carta in diversi riquadri con un ago sottile». ¹⁷ Che cosa voleva fare Galton con questo suo brillante metodo? Secondo Bulmer, Galton lo utilizzò «per creare una “Beauty-Map” delle isole britanniche, classificando le ragazze che incontrava per strada o altrove in tre categorie: attraenti, indifferenti o repellenti». ¹⁸ Londra era in testa alla classifica della bellezza, Aberdeen all'ultimo posto. Allo stesso modo, contava la quantità di gesti impazienti alle riunioni della Royal Geographical Society, quali indicatori del livello di noia raggiunto dall'uditorio. Naturalmente, sappiamo anche dove l'ha portato questa ossessione per le misurazioni: all'eugenetica. Ah, se solo avesse avuto un iPhone! Per quanti esempi analoghi si possano individuare nel corso della storia, questi tentativi

erano per lo più o quasi-accademici e condotti su piccola scala oppure frutto della mente eccentrica di soggetti come Fletcher e Galton. Oggi, questi obiettivi vengono perseguiti su scala ben più ampia, a livello globale. È vero che molti geek coinvolti in questi progetti possono rientrare nella categoria degli eccentrici, ma hanno comunque un aspetto abbastanza presentabile da attrarre l'attenzione dei capitalisti di ventura e di altri investitori perbene, che hanno convogliato denaro nelle start-up del self-tracking.

Vedere come un sé

È difficile immaginare le precedenti generazioni di self-tracker impegnate a dar vita a movimenti sociali, con tanto di predicatori, regolari convegni e una serie di obiettivi e ideali condivisi. Perché potesse esistere un tale movimento, sarebbe stato necessario attribuire all'attività di monitoraggio un valore positivo, un pregio di qualche tipo, una qualità estetica, persino. Nel qual caso, come movimento sociale, sarebbe stato di quelli che celebrano un mezzo comune, anziché un fine comune.

Un tale movimento – generalmente definito del «Sé Quantificato» – è realmente emerso negli ultimi cinque anni sotto la guida dei suoi due fondatori, Kevin Kelly – lo stesso Kelly che ha scritto *What Technology Wants* – e Gary Wolf, un giornalista che scrive di tecnologia, ex collaboratore di «Wired». Nel 2010 Wolf ha vergato per questo movimento nascente una sorta di manifesto che è stato pubblicato sul «New York Times Magazine» – niente male, per un manifesto – e ha lanciato il movimento del Sé Quantificato non solo negli Stati Uniti, bensì a livello mondiale. ¹⁹

Nel suo articolo, Wolf identifica quattro fattori che spiegano l'ascesa fulminea del self-tracking negli ultimi anni. Primo, i sensori elettronici si sono rimpiccioliti e sono diventati più potenti. Secondo, una volta introdotti nei nostri smartphone, diventano ubiqui. Terzo, i social media – da Facebook a Twitter – hanno ormai reso normale la condivisione. Quarto, l'idea del *cloud computing* ha reso possibile (e accettabile) scaricare i propri dati su server lontani, dove si può presumere che, mischiati ai dati di altri utenti, possano produrre risultati migliori. (Wolf, naturalmente, non la mette in questi termini: in linea con la tradizione del misticismo di «Wired», invoca una dimensione spirituale e parla di «avvento di una superintelligenza globale chiamata *cloud* [nuvola]»). ²⁰ L'aspetto della condivisione e quello della «nuvola» sono particolarmente rilevanti: il fatto di rendere pubblici i propri dati può fornire una motivazione aggiuntiva (per esempio, molti geek desiderosi di perdere peso stanno acquistando bilance elettroniche che twittano automaticamente la lettura della

bilancia ai loro follower, ulteriore caso di intervento soluzionista che solo dieci anni fa non sarebbe stato possibile), oltre a rafforzare il senso della comunità, che costituisce la base di programmi ben noti come quelli di Weight Watchers e Alcolisti Anonimi.

I quattro fattori elencati da Wolf, però, per quanto utili (anche se un pochino epocalisti), spiegano solo l'infrastruttura tecnologica che ha reso possibile il self-tracking di massa. Ma tale pratica è diventata, per questo, più desiderabile di prima? O è una cosa che avevamo sempre voluto, pur non avendo a disposizione i gadget giusti e la «nuvola»? Wolf, nel più puro stile geek, mette l'accento sui modi originali in cui il self-tracking – o, più in generale, la quantificazione – può servire a difenderci dalla soggettività e dall'emozione, effetto che, a quanto pare, è considerato un bene. «Noi tolleriamo le patologie della quantificazione – un tipo di conoscenza asciutto, astratto, meccanico – perché i risultati sono sconvolgenti» osserva. «La numerazione delle cose consente di eseguire verifiche, confronti, esperimenti. I numeri attenuano la risonanza emotiva dei problemi, ma li rendono intellettualmente più gestibili.» ²¹

L'idea che alcuni confronti o fattoidi possano essere tranquillamente tralasciati non sfiora neppure i fautori del self-tracking. Loro, in fondo, si considerano difensori dell'illuminismo in lotta contro le forze oscure della superstizione e dell'ignoranza. Quando l'«Atlantic» gli domanda se non ci sia qualcosa che preferisce ignorare riguardo alle sue malattie future, il coprofilo Smarr si acciglia e dice di non capire come si possa desiderare una cosa simile. Scrive l'«Atlantic»: «Per lui, non voler sapere qualcosa – fossero anche brutte notizie – non ha senso. Tutta la sua vita è impostata sulla scoperta. È scienziato fino al midollo». ²² Lo scientismo è il più potente fattore di innovazione noto all'umanità.

Forse è la smania di accumulazione ciò che anima la maggior parte delle iniziative del Sé Quantificato. Tra tutte le cose da accumulare, i dati – i dati immagazzinati nella «nuvola» più che quelli memorizzati nei dischi fissi a casa propria – hanno le caratteristiche più adatte allo scopo. Non richiedono molto spazio, sono facili da spostare e, a giocare bene le proprie carte, se ne può ricavare anche del denaro. Dimensioni ridotte, mobilità, redditività: sono un oggetto ideale da accumulare nella nostra era ipercapitalistica. È una risposta perfetta ai dilemmi e alle ansie di questi nostri tempi difficili in cui tutte le idee sono ritenute connesse a tutte le altre, mentre il governo e le imprese ci nascondono la verità.

In questo mondo, le vere cause sono nascoste e possono essere scoperte solo attraverso un'analisi severa e scrupolosa, che si dimostrerà tanto migliore quanto più sarà di tipo quantitativo. Solo se tutto è registrato e quantificato, si può

scoprire quello che la massoneria, il Vaticano, la Ivy League e l'Uomo stesso tentano disperatamente di nascondere. Come ha dichiarato al «Wall Street Journal» un membro tesserato del movimento del Sé Quantificato, «io voglio creare connessioni dove sembra che non ne esistano. Sono un annotatore naturale». ²³ Che slogan fantastico sarebbe per un gruppo di lettura di Thomas Pynchon!

Altri fautori del self-tracking ne sottolineano il potenziale ai fini del miglioramento dei nostri processi decisionali. Stephen Wolfram, scienziato britannico trasformatosi in imprenditore – tra le sue invenzioni il Wolfram Alpha, un «motore computazionale di conoscenza», un tempo propagandato come concorrente di Google –, promuove quella che lui chiama «analitica personale» (che è semplicemente un sinonimo di self-tracking). Secondo il «New York Times», Wolfram ha passato allo scanner 230.000 documenti cartacei: i dati delle sue analisi cliniche, il genoma completo, i dati di localizzazione del GPS e dei sensori che registrano il movimento da una stanza all'altra sono disponibili per essere analizzati. ²⁴ Wolfram ritiene che una possibile applicazione della sua *personal analytics* sia il monitoraggio della combinazione di fattori che rendono creative le persone nella loro vita quotidiana (pare abbia detto anche che presto «la gente baderà alla propria salute un po' come bada al proprio portafoglio azionario»). ²⁵

Può darsi che non sempre i membri del movimento del Sé Quantificato lo ammettano esplicitamente, ma una delle speranze segrete di chi promuove il self-tracking è che i numeri, alla fine, possano rivelare una qualche verità profonda su quel che davvero siamo, su quel che davvero vogliamo, su dove, in realtà, dovremmo essere. Secondo il presupposto fondamentale di questo movimento, i numeri potrebbero mettere in luce un sé profondo e stabile, se solo trovassimo il modo giusto di usare la tecnologia. Wolf, perciò, può scrivere che «molti dei nostri problemi derivano semplicemente dalla mancanza di strumenti per capire chi siamo. ... Manchiamo sia dell'apparato fisico sia di quello mentale per fare il punto della nostra situazione. Abbiamo bisogno dell'aiuto delle macchine». ²⁶ Che gli strumenti e le macchine possano anche spingerci in direzioni che, di norma, preferiremmo evitare è questione che viene opportunamente tralasciata.

Quello di Wolf è un modello del sé a doppio click: basta cliccare sul mouse o sullo schermo dell'iPad, e comparirà una visualizzazione digitale completa del vostro sé reale, senza alcuna mediazione. Per Wolf, questo sé fisso, coerente e trascendentale svolge una funzione molto simile a quella svolta dalla tecnologia per il suo sodale Kevin Kelly: il nostro vero sé ha una voce e sta cercando di raccontarci una storia; noi dobbiamo solo trovare il tipo di apparecchiature

giuste per captarla. In questo modo, facendo caso a ogni più piccolo rumore, registrando e visualizzando tutto ciò che vogliamo e temiamo e bramiamo, possiamo sperare di tenere una condotta razionale. Tanto più che sarebbe da irresponsabili operare nel mondo senza prima aver fatto «il punto della nostra situazione». Nel suo ultimo libro importante il filosofo Bernard Williams, vivace critico dell'utilitarismo nonché grande ammiratore di Nietzsche, sosteneva che tale richiesta apparentemente razionale di un elenco esaustivo di tutti i nostri pensieri, i nostri sogni e le nostre aspirazioni è generata dal malsano obiettivo della «totale esplicitezza», che poggia «su una malintesa razionalità, sia personale sia politica». ²⁷ Alla richiesta di «trasformare tutti i progetti, obiettivi e bisogni, in forma discorsiva e tutti in una volta, in considerazioni per se stessi» bisogna opporre un rifiuto; piuttosto, scrive Williams, «devo decidere in base a come sono io». Per Wolf, tuttavia, sapere «quello che si è» non è possibile senza ricorrere a un foglio di calcolo.

Il recente fascino del self-tracking può essere compreso solo se lo si osserva sullo sfondo della moderna ricerca narcisistica dell'originalità e dell'eccezionalismo. Il self-tracking, soprattutto se pubblico, è spesso solo un effetto collaterale dei tentativi di ostentare e di rafforzare la propria unicità in un mondo in cui, all'improvviso, chiunque ha una voce e ci si aspetta che dica cose importanti. Oltre a tutti i vantaggi pratici che offre – tanto reali quanto immaginari – il self-tracking consente ai suoi adepti di identificare e immortalare, attraverso la condivisione, gli aspetti più originali della loro individualità. Così, insomma, funziona il discorso: se non sei originale, semplicemente non stai tenendo conto di un numero sufficiente di indicatori; potremo anche pensare tutti le stesse cose e guardare tutti gli stessi video virali, ma di certo le nostre feci non sono identiche.

Se non le parole, saranno almeno i numeri a rassicurare noi – e soprattutto il resto del mondo – sul fatto che siamo quel che noi diciamo (o sono i nostri profili a dirlo?) di essere. Wolf accenna proprio a questa motivazione quando scrive che «i dati personali sono perfettamente adatti a una vita sociale di condivisione. Magari non avrete sempre qualcosa da dire, ma avrete sempre un numero da riferire». ²⁸ Il self-tracking, dunque, è come un blogging, ma per persone timide. Nel 2009 lo scrittore ed esperto di tecnologia Bill Wasik ha scritto un pezzo uscito sulla pagina dei commenti del «New York Times» in cui sosteneva che Internet – anzi, «Internet», a dire il vero – sarebbe molto simile a una New York sovraccarica: è piena di energia creativa. ²⁹ Tutti vedono quello che fanno gli altri e cercano di tenersi al passo. «Internet», per Wasik, non è che una grande città. Può darsi che abbia ragione, ma per un importante aspetto la nostra grande città digitale appare molto più accogliente di New York: se anche

non avete niente da dire al vostro arrivo, potrete comunque condividere i vostri dati e crogiolarvi nel vostro eccezionalismo.

La ryanairizzazione della privacy

Si possono facilmente immaginare vantaggi più tangibili derivanti dal self-tracking nel contesto digitale. Anzi, togliamo il «self» da «self-tracking» e consideriamo i benefici del monitoraggio. La cosa essenziale da tenere a mente, qui, è che la conoscenza di sé non è mai il fine ultimo. Nessuno – neppure Horace Fletcher o Larry Smarr – studia le feci per ragioni estetiche: di solito, il fine è la produzione di dati più precisi in base ai quali prendere decisioni sulla propria salute. Di conseguenza, sia con il self-tracking sia con il tracking, la promessa è che i dati così generati comportino qualche beneficio reale.

Per esempio, molti si sono fatti convincere dall'affermazione di Google secondo cui il monitoraggio delle nostre e-mail e delle nostre ricerche servirebbe a offrirci pubblicità migliori, più personalizzate. O che, mediante l'analisi di quel che digitiamo nella maschera di ricerca, Google è in grado di suggerirci opzioni per il completamento delle chiavi di ricerca. Scrive, a questo riguardo, Farhad Manjoo: «Instant Pages mi alletta non solo come caratteristica, bensì anche per la filosofia che lo fonda: l'idea che il mio software analizzi quel che faccio calibrando le sue risposte di conseguenza. ... Perché non tutte le app [lo fanno]?». ³⁰

In un certo senso, l'avvento del self-tracking potrebbe capovolgere il dibattito sulla privacy: invece di preoccuparsi delle imprese private che registrano ogni nostra attività online, perché non imboccare la via opposta e lamentarci del fatto che troppo poco di quel che facciamo online viene registrato, impedendoci così di utilizzare i dati per migliorare la nostra vita o almeno per scambiarli sul mercato, ricavandone qualche soldo? In fondo, una volta che gli utenti sono in grado di automonitorarsi, possono decidere che cosa fare dei propri dati, al punto che le preoccupazioni sulla privacy si trasformano nell'esigenza di trovare il mercato giusto e di ricavarne un equo compenso. Non sorprenderà granché, perciò, il fatto che il Forum economico mondiale di Davos abbia già organizzato convegni per esplorare nuovi modi di trasformare i dati personali in una «classe di beni», al pari del grano o dei widget. ³¹ Come ha affermato un alto dirigente della Bain & Company che moderava la discussione a Davos, «stiamo cercando di spostare l'attenzione da una concezione ristretta del diritto alla privacy per includerlo tra quelli che chiamiamo “diritti di proprietà”». ³²

Una recente rubrica dell'«Observer» illustra la facilità con cui la logica di mercato può invadere le nostre discussioni sulla privacy. «Il parassitismo delle

imprese che ci spiano potrebbe diventare una simbiosi, in cui le informazioni vengono cedute volontariamente in cambio di qualcosa di concreto: un nanetto da giardino, poniamo. Oppure, chissà, pubblicità che siano davvero utili perché ci propongono a prezzi più convenienti le cose che noi vogliamo comprare» scrive l'attore inglese David Mitchell (e anche se è un comico, non scherza affatto). ³³ Si noti, però, la rapidità con cui la rubrica – e tenete presente che siamo sull'«Observer», giornale notoriamente progressista – riformula le questioni dei diritti (come il diritto alla privacy) in termini di puro mercato. «Questa è la differenza tra un mercato e una guerra. In guerra, se la controparte vuole una cosa che avete, voi farete di tutto per tenervela stretta. Se questo, invece, avviene su un mercato, e se ci sono le condizioni per raggiungere un accordo soddisfacente, c'è la possibilità che entrambe le parti ci guadagnino.» ³⁴ Secondo questa logica, ovviamente, persino la tortura va bene, purché i prigionieri raggiungano «un accordo soddisfacente» e ne ricavano un adeguato compenso.

Tuttavia, se è vero che uno degli espedienti retorici del movimento del Sé Quantificato sta nello snocciolare tutti gli svantaggi che si registrano quando i nostri dati personali sono protetti, un altro suo obiettivo retorico consiste nel mostrare che, in linea di principio, anche la privacy è possibile, purché si sia disposti a pagare per averla. Quest'idea già impronta le attività di molte comunità dedite al self-tracking. Daytum.com consente agli oltre 80.000 utenti di monitorare ogni genere di dati personali – dai chilometri di corsa alle birre bevute – che vengono automaticamente condivisi e resi di dominio pubblico, a meno che uno non sia disposto a spendere 4 dollari al mese per un account premium. ³⁵

Come ha dichiarato a «Forbes» il fondatore di Daytum, Nicholas Felton (sì, lo stesso del «Feltron Annual Report»), «se si vuole la privacy, bisogna pagare. È interessante vedere quel che la gente decide di condividere pubblicamente. Soste in bagno, attività sessuale, uso di droghe». ³⁶ Kevin Kelly, cofondatore del movimento del Sé Quantificato, crede fermamente che sia proprio questo ciò che la tecnologia ha sempre voluto. «La privacy è perlopiù un'illusione, ma se ne può avere quanta se ne vuole, se si è disposti a pagarla» ha dichiarato alla NPR. ³⁷ Prendendo a prestito una formula coniata dal filosofo Glen Newey, questa nuova capacità di mercificare la privacy è l'ennesima manifestazione di una progressiva «ryanairizzazione della vita sociale» – così chiamata in onore della famigerata compagnia aerea low cost, che nel 2010 ha ipotizzato di far pagare ai passeggeri anche una tassa sulle soste in bagno (che, tra il sollievo dei più, non è ancora stata istituita) – tramite la quale operazioni un tempo gratuite vengono scomposte in una serie di microunità fatturabili. ³⁸

In un regime del genere, non basterà pagare per poter elaborare i propri dati in privato, dovremo pagare anche per poter attivamente difendere la nostra reputazione in rete. Difenderla da che cosa, di preciso? Be', potrebbe trattarsi di qualche piccola sciocchezza commessa in passato – magari quella volta che abbiamo fumato erba a una festa dove c'era gente con lo smartphone –, ma potrebbe anche essere qualcosa che sfugge completamente al nostro controllo: provate a immaginare se un social network rivela le vostre informazioni private, o se Anonymous rende nota la vostra iscrizione a un sito porno, o se una società di data mining trae inferenze precise sul vostro conto attingendo informazioni da fonti disparate. È a questo punto che entrano in scena start-up come Reputation.com, che promettono di ripulire la vostra reputazione online, talvolta manipolando abilmente i risultati delle ricerche e talvolta chiedendo ai proprietari dei siti di cancellare informazioni dannose minacciando di denunciarli, e che chiedono naturalmente parcelle onerose per i loro servizi.

Chi può permetterselo, potrà contare probabilmente su un servizio impeccabile. Nell'aprile 2011 il «New York Times» riferiva che, nel corso della crisi economica del 2008, i dirigenti delle banche d'investimenti avevano cominciato a richiedere i servizi di questi specialisti online per difendere la propria reputazione. Secondo un gestore d'immagine residente a New York, «alcuni di questi banchieri pagavano più di 10.000 dollari al mese per cercare di nascondere i loro nomi online, sempre più spesso menzionati dai media». ³⁹ Buon per i banchieri, peggio per noi. Ma che ne sarà di chi non ha fatto nulla di male, ma non ha la possibilità di pagare? Non è che l'economia ad alto contenuto di dati finirà per creare nuove forme di discriminazione digitale, per le quali solo i ricchi saranno in grado di difendere la propria reputazione online? È difficile, poi, trascurare il fatto che per la maggior parte i consulenti in questo campo hanno un corposo interesse a diffondere tra la gente l'ansia per la reputazione, perché questa è l'unica maniera che hanno di far crescere la propria attività.

Ai profeti della Silicon Valley piace attribuire ai cittadini le caratteristiche delle start-up; perciò, il fatto di essere perennemente sotto stress per la propria reputazione è visto come un normale corollario del fare affari. Il fine è quello di toglierci il welfare informativo per reclutarci come forza lavoro informativa, visto che siamo costretti a prenderci attivamente cura dei nostri profili online e, se necessario, pagare start-up come Reputation.com per un supplemento di protezione. Che questo possa distrarci dal perseguire altri importanti progetti non ha molta importanza. La possibilità di una vantaggiosa transizione a una qualche forma di welfare informativo, che consenta ai cittadini di sperimentare e crescere senza rischiare la reputazione, non passa neppure per la mente dei nostri

luminari digitali.

Reid Hoffman, fondatore di LinkedIn e sedicente filosofo digitale, offre la sintesi più efficace di questa ideologia nel suo libro dall'eloquente titolo *The Start-Up of You: Adapt to the Future, Invest in Yourself, and Transform Your Career*. Secondo Hoffman, «potete pensare come una start-up, chiunque voi siate e qualunque cosa facciate». ⁴⁰ Perciò, dovete vivere come se foste sempre in versione beta – «beta», in gergo tecnico, è un software che non è ancora pronto – e «riconoscere che avete dei bug, che c'è in voi qualcosa da sviluppare meglio, che dovete adattarvi ed evolvere. ... Essere sempre in beta significa impegnarsi per tutta la vita in un continuo miglioramento personale. Dateci dentro a vivere o dateci dentro a morire». ⁴¹

Il fatto che i nostri «bug» possano nascere da leggi troppo lasche o inesistenti, dall'eccessivo lobbismo di società come LinkedIn o da atti deprecabili di Anonymous non viene menzionato neppure di sfuggita; tutto accade esclusivamente a causa delle nostre azioni, mai per effetto dell'ambiente. Insomma, dobbiamo lavorare assiduamente per rimediare ai nostri bug, e il self-tracking è solo un passo avanti verso la loro identificazione. Ovviamente, l'ansia permanente è sempre stata una delle carte preferite della Silicon Valley, ma qui sta succedendo qualcosa di più sinistro: le macrosoluzioni nel quadro di progetti di riforma vengono scartate in favore dell'azione attentamente determinata di individui atomizzati.

L'idea che i nostri dati personali – frutto di self-tracking oppure registrati da qualche intermediario digitale – siano lucrosamente commerciabili ha anche ispirato diverse start-up note come «casseforti digitali», che puntano a placare le paure relative alla perdita di dati o alla rivelazione involontaria e consentono la piena partecipazione del consumatore sul mercato della reputazione. Per esempio, una start-up chiamata Personal.com ha raccolto capitali di ventura per 7,6 milioni di dollari con l'idea che i consumatori, cui già è consentito «curare» i dati personali da rendere disponibili per selezionare fornitori di servizi o merci, potrebbero ritrovarsi con pubblicità più pertinenti e anche con sconti maggiori.

In un'intervista concessa nel 2011 al «San Jose Mercury News», l'amministratore delegato di Personal, Shane Green, evocava un ipotetico consumatore che scelga di rendere disponibili agli inserzionisti pubblicitari certi dati personali, come per esempio le marche preferite. ⁴² In cambio, il consumatore si vede restituire una percentuale compresa tra il 5 e il 15 per cento sui prezzi d'acquisto, un risparmio da cui Personal ricava, a sua volta, una percentuale. Ci guadagnano tutti. Jason Cavnar, cofondatore di Singly, un'altra start-up che offre servizi di cassaforte digitale, promette anche benefici non economici. «Immaginate» dice «di poter raccogliere tutti i dati dei vostri check-

in, postati su Facebook e Foursquare, relativi ai ristoranti dove avete usato la carta di credito e di combinarli con un elenco di recensioni prese da Yelp per vedere se nella zona in cui vi trovate ci sono buoni ristoranti che non avete ancora provato.» ⁴³ Se i consumatori sono in condizione di raccogliere da sé i dati – o autorizzano le società a raccogliergli per conto loro –, tanto meglio.

Il grande sfaldamento

La Silicon Valley non fa vuote promesse, qui: le «casseforti digitali» ci permetteranno davvero di ottenere maggiori sconti. Questa retorica dell'acquisizione di potere non è insincera o, perlomeno, non completamente. Tuttavia, pensare a questi cambiamenti solo in quanto conferiscono potere ai singoli consumatori significherebbe lasciarsi sfuggire alcune più generali e indesiderate conseguenze della diffusione degli incentivi all'autodisvelamento. Se adottassimo la prospettiva dei tecno-strutturalisti e guardassimo al di là del consumatore individuale per indagare in che modo il self-tracking e le casseforti di dati potrebbero trasformare gli stessi ambienti socio-politici in cui questi consumatori badano agli affari loro, vedremmo probabilmente un quadro molto diverso.

Le decisioni su cosa rivelare sono insidiose, perché la mia decisione di monitorare e poi divulgare certe informazioni su di me ha implicazioni anche per molte altre persone, che magari non sanno nemmeno dell'esistenza delle casseforti digitali e del self-tracking. In che modo? Se io scelgo di monitorare e pubblicizzare le mie condizioni di salute e voi decidete altrimenti, prima o poi la vostra decisione potrebbe essere considerata una tacita ammissione del fatto che avete qualcosa da nascondere. Insomma, quando qualche membro della società sceglie di fare self-tracking e autodisvelamento – ed è probabile che chi sceglie l'autodisvelamento abbia poco da temerne – diventa molto più difficile, se non impossibile, per gli altri (inclusi quelli che preferirebbero tenere per sé i propri dati) non svelarsi a propria volta.

Provate a considerarla in quest'ottica: abbiamo tutti il diritto di non avere un telefono cellulare o un profilo Facebook. Questo diritto, però, significa poco in una società in cui quasi tutti hanno l'uno e l'altro, perché chi non possiede un cellulare né un profilo Facebook è visto come una persona che se ne sta ai margini per qualche sua non meglio precisata ragione (e di certo non si tratta di ragioni positive, vero?). La polizia e i servizi segreti tendono già a trattare come potenziali terroristi o spacciatori le persone che non possiedono un cellulare, e basterebbe questo a trasformare in una barzelletta il vostro «diritto» ad astenervi dall'uso di certe tecnologie. Un nucleo di riflessioni analoghe è già emerso

nell'ambiente degli obiettori digitali, che si ostinano a non aprire un account su Facebook.

Se ancora pochi anni fa questi soggetti erano considerati alla stregua di luddisti o, nella migliore delle ipotesi, come persone altamente spirituali che non volevano saperne delle seccature derivanti dall'interazione in rete, oggi vengono presentati come individui sospetti, che non hanno una vita sociale da esibire o vogliono nascondere qualcosa del loro passato. Questi sospetti sul conto dei renitenti a Facebook permea profondamente la nostra cultura. Tant'è che, dopo la strage di Aurora del giugno 2012, il giornale tedesco «Der Tagesspiegel» faceva notare che né James Holmes, l'autore del massacro, né Anders Behring Breivik, il killer norvegese dell'isola di Utøya, avevano un account su Facebook, come a dire che se una persona non è presente su Facebook potrebbe avere qualche problema. ⁴⁴ Lo stesso sentimento è condiviso da Farhad Manjoo, che nella sua rubrica su «Slate» suggerisce: «Se uscite con qualcuno che non ha il profilo Facebook, è il caso di farvi qualche domanda». ⁴⁵

Ritroveremo tendenze simili a proposito della condivisione delle informazioni generate attraverso il self-tracking. Tutta questa condivisione porterà, alla fine, a uno sfaldamento della privacy. Né le tecnologie per la salvaguardia della privacy né leggi più restrittive – cardini del tradizionale attivismo in difesa della privacy – saranno più sufficienti, perché sarà consigliabile condividere anziché proteggere i nostri dati. Browser e smartphone ultrasicuri avranno ben poca utilità se i loro utenti devono temere che il tentativo di salvaguardare la privacy possa essere visto come un indizio di colpevolezza. Quando scompare l'incentivo a proteggere i propri dati, tutte le risposte convenzionali alla crisi della privacy diventano inadeguate.

Scott Peppet, docente di diritto alla Law School della University of Colorado, ritiene che la proliferazione del self-tracking ci costringerà a creare il nostro «prospetto personale», un assortimento di casseforti digitali contenenti le informazioni frutto di self-tracking e da noi modificate. Il nostro prospetto digitale servirà poi a mediare tutte le nostre interazioni con i nostri concittadini, le aziende e le istituzioni pubbliche, le quali, dotate di accesso a tutti questi dati, proseguiranno nella loro transizione dall'«atmosfera esclusiva» al «diritto del buttafuori» quale strategia discriminatoria privilegiata. Peppet presenta un certo numero di esempi realistici per dar conto della sensazione di maggior potere indotta nel consumatore dall'idea del prospetto personale: «Volete stabilire il premio per la mia assicurazione sanitaria? Permettetemi di condividere con voi i miei dati di FitBit. Volete stabilire la quota per il noleggio di un'auto o per la mia assicurazione automobilistica? Permettetemi di condividere con voi i dati della “scatola nera” della mia auto privata che dimostrano la mia regolarità come

guidatore. Volete che vi dimostri che sarò un dipendente puntuale e responsabile? Lasciate che condivida con voi in tempo reale il tasso alcolico del mio sangue, che vi dimostri con quanta cura tengo sotto controllo il mio diabete o, ancora, che esibisca i dati relativi alla mia produttività nell'arco di tutta la carriera». ⁴⁶

In altre parole, ci sono ottime ragioni per credere che chiunque sia dotato di salute eccellente, abitudini di guida virtuose e produttività da stakanovista sarà felicissimo di monitorare e condividere i propri dati. Sì, ma i poveri e i malati? Come andrà per chi non ha il tempo o l'energia – che potrebbe anche mancare a chi fa il triplo lavoro per rimanere a galla – per dedicarsi al self-tracking? E che cosa succederebbe se anche i poveri e i malati abbracciassero il self-tracking? Che cosa finiranno per scoprire? Che mangiano cibo ad alto contenuto di calorie e grassi saturi e che non si presentano mai in palestra perché le quote di iscrizione sono troppo onerose o perché non hanno il tempo, con tutti i lavori scombinati che fanno? Il pericolo, qui, è piuttosto evidente: se state bene e avete i soldi, il self-tracking migliorerà ulteriormente la vostra situazione. Se state male e non avete soldi, il prospetto personale potrebbe complicare ulteriormente la vostra vita, con premi assicurativi più alti, meno sconti e prospettive di impiego limitate.

Alcuni recenti tentativi di ampliare ulteriormente i confini del prospetto personale lasciano presagire quel che possiamo attenderci nel prossimo futuro, e le preoccupazioni di Peppet appaiono pienamente giustificate. Gli smartphone già offrono una miriade di applicazioni per l'autodiagnosi che, sia pur in maniera indiretta, creano a loro volta un deposito di dati sanitari suscettibili di essere messi a frutto (e non ci sono soltanto gli smartphone: uno studio recente ha scoperto che i dispositivi comunemente in commercio per il monitoraggio della salute personale rappresenteranno nel 2016 oltre l'80 per cento degli apparecchi wireless). Come osserva Christopher Steiner nel suo *Automate This*, una app per iPhone prodotta dall'olandese Philips è già in grado di eseguire la rilevazione delle funzioni vitali di chiunque fissi la sua telecamera. Questa app è capace – con un elevato grado di precisione – di misurare il battito cardiaco e il ritmo respiratorio rispettivamente sulla base di minimi cambiamenti nel colorito del viso e dei movimenti del torace. Scrive Steiner: «Ulteriori app della Philips e di altre imprese, di cui è imminente l'uscita, consentiranno di misurare all'istante la pressione sanguigna, la temperatura, i livelli di ossigenazione del sangue, e di individuare segni di traumi». ⁴⁷ Il passo successivo consisterà nel rendere disponibili questi dati per le compagnie di assicurazione e nel premiare i self-tracker sani e punire tutti gli altri.

Le compagnie di assicurazione automobilistica stanno già esplorando nuovi

modi per trarre profitto dalla mania del self-tracking. Aviva, la sesta compagnia mondiale di assicurazioni, ha sperimentato una app per smartphone, chiamata RateMyDrive, che monitora l'uso dell'acceleratore, dei freni e la tenuta di strada da parte dei guidatori. ⁴⁸ Dopo aver percorso 300 chilometri, gli automobilisti ottengono un punteggio individuale che, poi, determina il loro premio assicurativo; i guidatori «prudenti» possono sperare in una riduzione del 20 per cento della loro spesa assicurativa. E non avete più bisogno di installare una «scatola nera» sull'auto: pensa a tutto il vostro iPhone. Un'altra soluzione innovativa consiste nel trasformare l'automobile in una fortezza sorvegliata semovente, dotandola di videocamere e altri sensori, e nell'utilizzare poi tutti i dati così raccolti per ottenere una migliore efficienza nei consumi e ridurre il tasso di incidenti. Una start-up di San Diego, la SmartDrive Systems Inc., ha avuto esattamente questa idea. ⁴⁹ Quando una frenata o una sterzata improvvisa sollecitano i suoi sensori, il sistema comincia a registrare immagini e altri dati. Dopo aver utilizzato questa tecnologia per analizzare più di 44 milioni di incidenti dovuti a una guida imprudente, la società afferma di essere in grado di migliorare l'efficienza dei consumi del 20 per cento e di ridurre gli incidenti fino all'80 per cento.

La cosa più interessante è che, secondo SmartDrive, queste registrazioni consentono a molti automobilisti di dimostrare la propria innocenza e di evitare responsabilità per incidenti di cui non hanno colpa. In un mondo in cui si può registrare tutto – magari anche solo per prevenire reclami o false accuse – si finirà per registrare proprio tutto, giusto per andare sul sicuro. I nostri profeti digitali celebrano di continuo le virtù di questo monitoraggio proattivo e di questa condivisione, ritenendo che la continua divulgazione di dati sia una potente forma di difesa della propria reputazione. Si pensi, per esempio, a Jeff Jarvis il quale, fedele a se stesso, dichiara che «per promuovere la propria reputazione spesso conviene condividere di più, non di meno. La soluzione migliore è essere se stessi. Se questo vi mette a disagio, parlatene con il vostro psicoanalista. Anzi, meglio, scrivetene su un blog». ⁵⁰ Ma sarete ancora in grado di pagarvi lo psicoanalista una volta che la vostra compagnia di assicurazione comincerà a leggere il vostro blog senza censure? Jarvis non lo dice.

Quanto più aumentano le persone che abbracciano questa mentalità «monitora-e-condividi», tanto più coloro che si rifiutano di partecipare a questa grande festa ne pagheranno lo scotto sociale. Per questo ci sarà bisogno di un dibattito sull'etica del self-tracking. La decisione di monitorare e rendere pubblico un certo aspetto della nostra vita quotidiana non può nascere soltanto dalla preoccupazione di migliorare il nostro benessere, così come la decisione su quanta elettricità o acqua consumare in casa nostra non può derivare soltanto

dalla nostra possibilità di pagare o dai nostri bisogni materiali. Finché la privacy sarà considerata una preconditione essenziale della prosperità umana – un’idea che molti nella Silicon Valley di certo contesterebbero – la mia decisione di automonitorare, per quanto grandi siano i benefici personali che posso trarne, dovrebbe essere sottoposta a una valutazione morale ben più complessa di quanto finora gli evangelisti del Sé Quantificato abbiano ammesso. Peppet mette il dito nella piaga quando scrive: «La tua scelta di autoquantificarti (per gusto personale o per profitto) ha pertanto profonde implicazioni, se costringe *me* a quantificarmi sotto la pressione dello sfaldamento. E se io non fossi uno di quelli che vuole conoscere tutti questi dati in tempo reale su se stesso, mentre intorno a me si sviluppa un’economia che richiede queste misurazioni? E se la quantificazione fosse un tabù per la mia costituzione estetica o psicologica? E se la quantificazione fosse in conflitto con l’architettura interiore su cui io ho costruito la mia identità e il mio modo di conoscere?». ⁵¹

Inoltre, come fa presente lo stesso Peppet, è importante domandarsi «quali tipi di persone – artisti, accademici, scrittori? – risulteranno più esposti o esclusi in un mondo a tal punto fondato sulla misurazione», perché, a quanto pare, esisteranno molte altre misurazioni di questo tipo. ⁵² Per esempio, è raro lo scrittore che abbia un’impeccabile affidabilità creditizia; bene, basta trovare altri dieci indicatori analoghi – entusiasticamente adottati dalla maggioranza – e vedrete che nessun essere umano sano di mente si azzarderà mai a cimentarsi con la scrittura. Finora le imperfezioni del nostro sistema socio-economico – causate, tra l’altro, da una mancanza di dati adeguati – hanno portato all’assunzione di una gran quantità di rischi a malapena giustificabili, e ciò, a sua volta, ha alimentato innovazioni culturali e sociali. Sarebbe una gravissima perdita se l’avvento del prospetto personale dovesse rendere meno probabile l’assunzione di certi rischi. Il potenziale sfaldamento della privacy, tuttavia, non è l’unico motivo di preoccupazione per quel che concerne il self-tracking. Anzi, la preoccupazione per gli effetti secondari del fenomeno potrebbe già sembrare una concessione eccessiva agli adepti del Sé Quantificato. La comprensione dei limiti strutturali insiti negli schemi quantitativi – mettendo a fuoco in particolare ciò che in questa loro smania di rivelare tutto finisce per non rivelare – potrebbe offrire alla critica un altro fruttuoso percorso.

Tra Nietzsche e Condorcet

Friedrich Nietzsche fu uno dei primi a ribellarsi contro il feticcio della quantificazione, da lui individuato nella filosofia utilitaristica in voga ai suoi tempi e propugnata da autori come Francis Galton e Herbert Spencer (di cui

Nietzsche traccia bonarie caricature nelle proprie opere). In *La gaia scienza*, Nietzsche lamentava la «credenza in un mondo che dovrebbe avere il suo equivalente e la sua misura nel pensiero umano, in umani concetti di valore; in un “mondo della verità”, a cui si potrebbe in definitiva accedere con la nostra quadrata piccola ragione umana». ⁵³ Nietzsche non voleva saperne. «Come? Vogliamo davvero far sì che l’esistenza si avvili in un esercizio di contabili e in una vita da talpa per matematici? Innanzitutto non si deve voler spogliare l’esistenza del suo carattere *polimorfo*: lo esige il *buon* gusto, signori miei, il gusto del rispetto di fronte a tutto quello che va al di là del vostro orizzonte!» ⁵⁴

Alla sua maniera caratteristica, Nietzsche proponeva una penetrante critica del riduzionismo informativo, ossia dell’ingenua convinzione tanto diffusa tra la gente della Silicon Valley secondo cui una maggiore quantità di informazione è sempre un bene. Il fatto che si possano raccogliere e raggruppare sempre più misurazioni di un dato fenomeno, ragionava Nietzsche, non implica progresso, perché potrebbero esserci modi diversi e migliori di parlare del fenomeno in questione, modi che non si prestano facilmente a misurazioni quantitative. «Che abbia ragion d’essere una sola interpretazione del mondo, quella in cui voi vi sentite a posto, quella in cui si può investigare e continuare a lavorare scientificamente nel *vostro* senso (per voi, in realtà, *meccanicistico*?), una siffatta interpretazione, che altro non ammette se non numeri, calcoli, uguaglianze, cose visibili e palpabili, è una balordaggine e un’ingenuità, posto che non sia un’infermità dello spirito, un’idiozia!» ⁵⁵

Con grande acume, Nietzsche comprende che le informazioni quantificabili potrebbero essere nient’altro che frutti pendenti dai rami più bassi, i più facili da cogliere, ma in grado di ostacolare sforzi di comprensione più ambiziosi e convinti. «Non sarebbe invece assai verosimile che in primo luogo si lasci afferrare proprio quel che l’esistenza ha di più superficiale ed esteriore, il massimamente apparente, la sua epidermide e il suo sensibilizzarsi?» ⁵⁶

Come per rispondere a Leibniz – il quale aveva scritto che la musica è «il piacere che la mente umana prova quando conta senza essere conscia di contare» ⁵⁷ – Nietzsche fa notare che in campi come quello dell’arte le misurazioni quantitative sono semplicemente inadeguate. «Ammesso che si potesse misurare il *valore* di una musica da quanto di essa può essere computato, calcolato, tradotto in formule, come sarebbe assurda una tale “scientifica” misurazione della musica! Che cosa di essa avremmo mai colto, compreso, conosciuto? Niente, proprio un bel niente di ciò che propriamente in essa è “musica”...» scriveva. ⁵⁸

Che cosa penserebbe Nietzsche di Eric Schmidt, di Google, che sembra davvero coltivare l’idea per cui un giorno Google potrebbe eccellere nel campo

dell'estetica algoritmica? «La nostra missione consiste nel trovare la risposta migliore» ha dichiarato Schmidt durante un'intervista quando gli è stato domandato perché Google è sempre più impegnato a fornire risposte e non solo risultati di ricerca. ⁵⁹ «Perciò, se tu dici: “Voglio i pezzi migliori di Lady Gaga” e se noi siamo in grado di elaborare algebricamente questa risposta, io voglio fornirtela immediatamente, lì per lì, nel rispetto delle regole, del copyright e di tutto il resto.» ⁶⁰ Certo, ci sono alcuni «se», ma non sembra che Schmidt consideri questo compito categoricamente impossibile: è tutta questione di algoritmi adeguati e di sufficiente potenza di calcolo. «I pezzi migliori di Lady Gaga» sono semplicemente qualcosa di oggettivo che esiste nel mondo e che aspetta solo di essere scoperto da Google.

La conclusione di Nietzsche su calcoli e misurazioni è amara ma potente: «Un mondo essenzialmente meccanico sarebbe un mondo essenzialmente privo di senso». Ora confrontate questa conclusione con il tentativo retorico di Kevin Kelly di escludere le questioni di senso come qualcosa di cui gli adepti del Sé Quantificato non dovrebbero neppure preoccuparsi: «[Secondo i nostri critici] solo cose intangibili come una felicità piena di senso hanno importanza. La mancanza di senso è molto difficile da misurare, e ciò ne complica anche l'ottimizzazione. Finora tutto ciò che siamo riusciti a quantificare è migliorato nel lungo periodo». ⁶¹

L'ultima parte, naturalmente, è una tipica assurdità da Silicon Valley: che dire della disuguaglianza dei redditi o delle emissioni di anidride carbonica o dei tassi di obesità negli Stati Uniti? Il positivismo di Kelly sbalordirebbe persino Auguste Comte. Ma proclami come quello di Kelly attingono anche alla secolare tradizione scientifica – così abilmente documentata dallo storico Theodore Porter nel suo *Trusting Numbers* ⁶² – che celebra la misurazione come qualcosa di evidentemente oggettivo e capace di alimentare il consenso. Purtroppo, però, come quasi sempre accade con le cose che dicono, i nostri piazzisti del digitale non colgono il significato di questa storia. La logica di Kelly si fonda su un famoso detto ottocentesco di Lord Kelvin: «Se [una cosa] non puoi misurarla, non puoi migliorarla». ⁶³ Un secolo prima di Kelvin, il marchese di Condorcet propagandava già i benefici della misurazione: «Se questi fatti non hanno potuto essere né computati, né soppesati; se questi effetti non hanno potuto essere sottoposti a una misura esatta, allora non si potrà conoscere quella del bene e del male che risulta da questa causa». ⁶⁴ In questo senso, il Sé Quantificato prosegue una formidabile tradizione intellettuale, ma soffre anch'esso delle numerose debolezze che turbavano Nietzsche e molti dei suoi seguaci: quel che Kelly, come Kelvin e Condorcet, ha da dire a proposito degli «intangibili» – sia etici sia estetici – è di una pochezza inquietante, e già questa, se non altro, è un'ottima

ragione per essere preoccupati da questo nuovo movimento.

Tuttavia, anche quando si passa alle cose tangibili, la situazione è molto più torbida di quanto i nostri filosofi del monitoraggio lascino intendere. Gary Wolf ha scritto che una delle sue principali fonti di ispirazione per il Sé Quantificato è stata l'idea del «macroscopio», da lui definita, seguendo l'imprenditore Gilman Tolle, come «un sistema tecnologico che accresce radicalmente la nostra capacità di raccogliere dati in natura e di analizzarli in cerca di senso». ⁶⁵ L'idea ingenua secondo cui i dati esisterebbero «in natura» e noi potremmo semplicemente raccoglierci o scoprirli senza dover rendere conto degli strumenti con cui li abbiamo raccolti, dei sistemi di conoscenza che li sottendono e delle molteplici stratificazioni dell'interpretazione umana, è una delle caratteristiche distintive del riduzionismo informativo. Prima della raccolta dei dati, qualcuno dovrà pur decidere – o delegare a qualcun altro la relativa valutazione – che cosa deve essere misurato, in che modo, con quali dispositivi e a quale scopo. Il modo in cui noi scegliamo di sezionare la realtà, evidenziandone alcuni elementi e trascurandone altri, avrà un'enorme influenza sul tipo di misurazioni che produrremo.

Uno dei grandi pericoli insiti nel movimento del Sé Quantificato è che i suoi aderenti, con la loro fede nelle origini naturali dei dati, non metteranno in questione né esamineranno l'adeguatezza degli progetti di misurazione sottesi alle loro iniziative di raccolta dei dati. Per Wolf il mondo è in bianco e nero: ci sono i buoni che misurano le cose, eredi di Condorcet e Kelvin, e i cattivi, persone retrograde che non lo fanno. Da che parte volete stare? Nella sua semplicità, questa retorica è simile alle meditazioni di Kelly sulla tecnologia: o si è dei tecnofili come lui oppure siete Unabomber (Kelly dedica un capitolo del suo libro a un immaginario dialogo con quest'ultimo). Non esiste altro modo possibile di pensare alla tecnologia.

Dunque, così come Kelly difende la tecnologia, Wolf difende appassionatamente anche la quantificazione. Ragionano entrambi a un tale livello di generalità da perdere completamente di vista la diversità delle pratiche e degli approcci all'interno di ciascuna di queste categorie. Nella realtà, però, siamo costretti a evidenziare i casi in cui dobbiamo compiere scelte estremamente motivate e dolorose sulle molteplici maniere di misurare e quantificare un dato fenomeno, senza escludere la possibilità di rinunciare a quantificarlo. In altre parole, abbiamo bisogno di un profondo esame dell'etica stessa della quantificazione. Come osservano i sociologi Wendy Nelson Espeland e Mitchell L. Stevens, «un'etica della quantificazione dovrebbe studiare in che modo il mondo sia fatto di misure, ma dovrebbe respingere con forza qualunque idea, scientifica o meno, secondo cui la misurazione

garantirebbe un accesso privilegiato o esclusivo al reale». ⁶⁶ I tentativi di quantificazione sono molto spesso tentativi di semplificazione, e la semplificazione è tutt'altro che apolitica, soprattutto quando interpretazioni concorrenti di un problema vengono scartate in favore di elementi misurabili e gestibili.

Si confronti questa preoccupazione per l'etica della quantificazione con l'approccio estremamente irriflessivo adottato da Wolf nel suo manifesto, dove si legge: «È normale andare in cerca di dati. Un certo feticismo per i numeri è il tratto caratteristico del manager moderno. I dirigenti delle imprese, per affrontare azionisti ostili, si riempiono le tasche di numeri. Così fanno anche i politici durante i loro interventi, i dottori che consigliano i pazienti e i tifosi che insultano l'asso locale nelle trasmissioni radiofoniche a microfono aperto». ⁶⁷ Sì, certo, tutti questi gruppi ricercano dati, ma ciò non toglie che vi siano modi diversi per andare in cerca di dati, alcuni dei quali migliori di altri, salvo che, in qualche caso, può essere più consigliabile non circondarsi affatto di numeri. In fondo, Enron, Arthur Andersen e Lehman Brothers avevano i loro manager e i loro azionisti; l'odiatissimo No Child Left Behind Act dell'era Bush – che faceva dipendere i finanziamenti scolastici dai risultati degli studenti nei test – è intriso di feticismo per i numeri; e i dottori che consigliano i pazienti hanno regolarmente opinioni diverse anche quando esaminano gli stessi dati.

Dal nutrizionismo all'educazionismo

Celebrare la quantificazione in astratto, al di fuori del contesto in cui viene usata, è un esercizio insensato. Vogliamo davvero che la gente pratichi il self-tracking solo perché la «quantificazione» va di moda o perché un manipolo di pensatori illuministi ritiene che dovremmo farlo? È come chiedere alla gente – seguendo l'esempio di Kevin Kelly – di celebrare sempre la tecnologia in astratto indipendentemente dagli effetti distruttivi delle sue particolari applicazioni, non foss'altro che per sfidare Unabomber. Noi, invece, dovremmo stabilire in quali casi i progetti di quantificazione sono inappropriati. In quali casi sopprimono interpretazioni della realtà alternative? Che cosa nascondono e travisano? E se si trattasse di qualcosa che è sconsigliabile sottovalutare? In che modo possono essere utilizzati in nome di progetti politici apparentemente estranei? Questo esercizio sarà di difficile esecuzione se non verranno poste le spinose questioni del senso, che il movimento del Sé Quantificato ha finora perlopiù eluso.

Robert Crease, autore di *World in the Balance: the Historic Quest for an Absolute System of Measurement*, lamenta: «Noi tendiamo a distogliere un po'

troppo lo sguardo da ciò che misuriamo e dal perché misuriamo, per concentrarci sulla misurazione stessa». ⁶⁸ Per compensare questa carenza, Crease ci invita a concentrarci sugli aspetti insoddisfacenti della misurazione, su ciò che essa non offre. «E dobbiamo affrontare questi aspetti insoddisfacenti» osserva «non scartando le misure che abbiamo per cercarne di nuove e migliori – perché anche queste finiranno per rivelarsi inadatte a fare quel che desideriamo e dovranno essere a loro volta abbandonate – né presumendo che l’oggetto delle nostre ricerche sia “al di là” del misurabile.» ⁶⁹ Al contrario, aggiunge Crease, «dobbiamo continuare a ricordare a noi stessi le finalità umane che ci hanno spinti in origine a concepire [la misurazione], e a scoprire se e dove essa interferisca con qualcuna di queste finalità». ⁷⁰ Come possiamo accertare che il No Child Left Behind Act, benché tecnicamente ispirato dalle stesse misurazioni quantitative che avrebbero entusiasmato Condorcet, rischia di essere negativo ai fini dell’istruzione, anche se è marginalmente positivo – un «se» enorme, a quanto pare – per i punteggi dei test? Dobbiamo innanzitutto domandarci a quali aspetti dell’istruzione attribuiamo valore, una domanda che riguarda essenzialmente l’adeguatezza dei fini, non l’efficienza dei mezzi.

L’istruzione, purtroppo, è un campo in cui è facile abboccare alle vacue ed elogiative rassegne dei benefici offerti dalla quantificazione. Si consideri un sito come Rate My Professors, dove gli studenti possono discutere dei loro corsi e dei loro docenti, valutandoli sulla base di un certo numero di criteri. Quand’anche lasciassimo da parte la logica preoccupazione per l’introduzione della mentalità consumistica nel campo dell’istruzione, vale la pena domandarsi come sia possibile che la procedura stessa di classificazione secondo una serie di categorie determinate convinca gli studenti dell’adeguatezza di questi criteri nella valutazione della loro esperienza formativa. Questi criteri non sono modi neutri e obiettivi di misurare l’insegnamento, bensì hanno anche l’effetto di plasmare e creare norme in base alle quali verrà giudicata ogni futura pratica dell’insegnamento.

Rate My Professors offre quattro criteri: disponibilità, chiarezza, informalità e bellezza, quest’ultimo per ragioni perlopiù umoristiche, ma che dire degli altri? Perché mai l’«informalità» dovrebbe essere rilevante nella valutazione dell’insegnamento? Il mondo è un luogo complicato, e chi ha voglia di «informalità» può sempre andare ad abbuffarsi alle TED Conferences. Anche il criterio della «chiarezza» ha attirato le ire di molti critici, in primo luogo perché crea l’errata impressione che tutte le idee complesse possano trovar posto in una presentazione di PowerPoint. Come spiega lo scrittore Matthew Crawford, «la chiarezza è certamente desiderabile in una lezione, e la sua assenza è spesso indice della confusione del professore o della sua incapacità di districarsi tra le

beghe accademiche e il gergo della sua disciplina. Ciononostante, la richiesta di chiarezza è una richiesta di venire al punto, il che è come dare per scontato che esista una conclusione. I dirigenti sempre indaffarati chiedono chiarezza a chi sottopone rapporti alla loro attenzione. Anche gli studenti universitari sono molto indaffarati». ⁷¹ Un programma di apprendimento che parta dall'assunto secondo cui nel discorso sulle idee dev'esserci una parola definitiva servirà forse a formare la prossima generazione di consulenti della Bain, ma riuscirà a produrre bravi saggi?

Si considerino, altrimenti, i tipi di quantificazione consentiti da siti accademici come Google Scholar e Mendeley. Quest'ultimo – che conta su una comunità globale di 1,8 milioni di accademici e conserva 250 milioni di documenti di ricerca – ha di recente cominciato a fornire ulteriori informazioni su chi cita chi, con che frequenza, su quali temi e così via. Nel complesso, sembrerebbe una buona cosa: perché non scoprire qualcosa di più sul modo in cui circolano le idee, tanto più che le università già usano altri sistemi di misurazione, come il fattore d'impatto? La speranza è che un miglioramento dei dati possa migliorare l'efficienza. Ne è un esempio il cofondatore e amministratore delegato di Mendeley, secondo cui i dati della sua società «stanno aiutando alcune delle migliori università del mondo a operare con maggiore efficienza e ad accelerare scoperte capaci di cambiare la vita delle persone». ⁷²

A considerare la cosa in astratto, ci sarebbe solo da essere contenti per questa ulteriore stratificazione del sapere. Se però la si inserisce nel contesto di altre tendenze dell'odierna università, i suoi effetti non appaiono più così univocamente positivi. Per prima cosa, questi dati alimentano i persistenti sforzi (per esempio, del governo britannico) di vincolare il finanziamento di lavori accademici a indicatori particolari e facilmente misurabili: un sistema che renderà praticamente impossibile ricevere fondi se si insegna o si fa ricerca sull'età classica. In secondo luogo, l'ascesa nelle gerarchie accademiche è già ampiamente determinata dalla capacità di pubblicare e farsi citare da altri (accrescendo così il proprio «fattore d'impatto»), cosa anche questa che ha avuto effetti piuttosto contraddittori sulla qualità degli studi prodotti. Una recente inchiesta del «Wall Street Journal» sul modo in cui il fattore d'impatto ha trasformato gli studi accademici rivela che alcuni editori di periodici universitari potrebbero respingere articoli validissimi solo perché non citano un numero sufficiente di saggi da loro pubblicati. ⁷³ O si consideri un caso ancora più scandaloso. In un post dell'aprile 2012 – provocatoriamente intitolato *The Emergence of a Citation Cartel* – il blog Scholarly Kitchen richiamava l'attenzione su una rassegna, pubblicata nel 2010 sul periodico «Medical Science Monitor», che citava 490 testi, 445 dei quali pubblicati da un altro periodico,

«Cell Transplantation». ⁷⁴ Per un effetto in parte riconducibile a questo articolo, il fattore d'impatto di «Cell Transplantation» registrò un aumento del 21 per cento tra il 2009 e il 2010. Ciò non risulterebbe particolarmente sospetto se i due periodici non avessero numerosi punti di contatto: dei quattro redattori che lavoravano al «Medical Science Monitor», tre facevano anche parte della redazione di «Cell Transplantation». Un gioco dove ci sono solo vincitori, tranne la serietà accademica.

Non appena si comincia a tener conto di queste considerazioni – a ragionare secondo un modello tecno-strutturalista, con l'acuta consapevolezza delle tendenze e delle pratiche che trasformano il campo da noi prescelto – ci penseremo probabilmente due volte prima di elogiare le virtù dell'«efficienza» che accompagnerebbe il nuovo sistema di monitoraggio di Mendeley. È possibile, infatti, che nel tentativo di trovare soluzione a un problema minore tale sistema finisca per esacerbare molti problemi ben più importanti.

I progetti di quantificazione diventano ancora più insidiosi quando si basano su scoperte scientifiche apparentemente universali ed eterne. I sistemi di conoscenza che guidano le politiche pubbliche sono tendenzialmente instabili o incompleti, e le loro conclusioni – soprattutto se espresse in forma quantitativa – richiedono, in genere, una miriade di note a piè pagina e di specificazioni, che possono essere studiate per ripristinare quel tipo di complessità che va perduto nel processo di produzione delle formule e dei numeri. Nella nostra vita quotidiana ce la caviamo ugualmente, anche se non consultiamo le note a piè pagina. Sapere la temperatura che c'è all'esterno è spesso sufficiente per decidere come vestirsi, anche se non sappiamo nulla di com'è stato determinato il sistema di misurazione della temperatura e delle semplificazioni su cui si basa. Una simile euristica è possibile soltanto perché il rapporto input-output, in questo caso particolare, è quanto mai netto: se la temperatura è troppo bassa, avremo freddo; se è troppo alta, avremo caldo. Non è un problema di astrofisica.

Le nuove frontiere del soluzionismo ispirate dal self-tracking, però, sono tutt'altro che nette. Il problema della dieta, per esempio, potrebbe sembrare relativamente semplice. Se si mangiano cibi ricchi di calorie, si ingrassa; se si mangiano cibi a basso contenuto calorico, si dimagrisce. La semplicità di questa teoria spiega la popolarità di vari siti e app che calcolano le calorie del cibo che mangiamo. Una app per smartphone chiamata Meal Snap consente, attraverso una foto scattata al cibo che si ha nel piatto, di fare una stima delle calorie. FoodScanner, un'altra app per smartphone, attraverso una fotografia del codice a barre della confezione di un cibo riconosce l'articolo e fornisce il calcolo delle calorie, insieme ad altre informazioni nutrizionali. Restaurant Calorie Counter contiene informazioni su più di 15.000 prodotti alimentari offerti da oltre cento

importanti catene di ristoranti e consente, quindi, di fare un rapido calcolo delle calorie quando si va a mangiare fuori.

Sembrano tutte ottime app, nelle mani giuste. Concentrare l'attenzione sulle calorie – solo perché sono l'aspetto più facile da calcolare – significa pensare alla questione dell'alimentazione da una prospettiva molto limitata, che potrebbe persino sfociare in disturbi alimentari. Non c'è molto accordo nella comunità dei dietologi su quali siano le cause esatte dell'obesità. Se la colpa è della quantità di cibo che ingeriamo, può darsi che il calcolo delle calorie rappresenti una buona approssimazione. Se invece la colpa è della qualità del cibo, allora dovremo guardare anche alla composizione di quel che mangiamo e, forse, controllare il consumo di cibi contenenti carboidrati e zuccheri. Per esempio, il «New York Times» ha recentemente riferito di uno studio di alto profilo pubblicato sul «Journal of the American Medical Association» secondo cui «la composizione nutritiva di una dieta può scatenare una predisposizione all'aumento di peso, indipendentemente dalla quantità di calorie consumate». ⁷⁵ Oggi anche i carboidrati possono essere misurati – tramite il cosiddetto «indice glicemico» – ma ciò non ha particolare rilevanza in questo contesto.

Che calcolino le calorie oppure i carboidrati, le app del Sé Quantificato non misurano l'alimentazione, in senso stretto; misurano soltanto calorie e carboidrati. Il modo in cui questi indicatori si traducono in acquisto o perdita di peso – per non parlare del piacere che si dovrebbe trarre dal mangiare – è un processo molto più complesso di quello necessario per decidere se mettere il maglione in base alla temperatura esterna indicata dal termometro. Certo, può essere che l'ossessione del self-tracking e della dieta possa spingere qualche entusiasta a leggere di nutrizionismo e a sviluppare, così, una maggiore consapevolezza sul rapporto tra alimentazione e salute. Aspettarsi una simile reazione dai self-tracker, però, sarebbe poco realistico. È probabile, al contrario, che la maggior parte delle persone sarà perfettamente soddisfatta dai propri strumenti e non indagherà oltre.

In altre parole, quando la gente parte con idee confuse su sostanze nutritive, minerali e vitamine, la facoltà di quantificare queste categorie apparentemente non problematiche è una medaglia che ha il suo rovescio. Alcuni critici ritengono addirittura che il mondo dell'educazione alimentare soffra di una propria ideologia del riduzionismo informativo. Il sociologo della scienza Gyorgy Scrinis chiama «nutrizionismo» questa tendenza a considerare il cibo principalmente per le sostanze nutritive che contiene: chi abbia la fissazione di dover mangiare solo cibi «a basso contenuto di grassi» ha molte probabilità di finire sotto l'influenza di questa ideologia. ⁷⁶

Per Scrinis non c'è nulla di male nel fatto di produrre un sapere estensivo sulle

singole sostanze nutritive e nell'utilizzo di questo sapere in combinazione con altri modi di concepire il cibo, aggiungendo semplicemente quel che veniamo a sapere delle singole sostanze nutritive a ciò che già sappiamo della qualità del cibo in questione, di come è stato prodotto, di quanti additivi contiene, di come le singole sostanze nutritive si legano a formare il più generale profilo nutritivo del cibo e così via. Questa complementarità, però, viene conseguita solo di rado; nella maggior parte dei casi, la facilità di misurare, poniamo, i grassi finirà per fare di questo indicatore l'unico da considerare. L'industria del cibo, prevedibilmente, sarà ben felice di adeguarsi: non è raro vedere ditte che vendono un tipo di latte scremato che compensa la carenza di grassi con una dose extra di sciroppo di grano. Ovviamente, però, un cibo con l'etichetta «senza grassi, ad alto contenuto di zuccheri» non è particolarmente seducente.

L'industria alimentare non ha motivo di sentirsi minacciata dai self-tracker: finché questi progetti sono legati a un unico indicatore diffuso, sia il processo produttivo sia quello del marketing possono essere riorganizzati di conseguenza. Scrinis suggerisce persino che lo «slittamento verso un linguaggio incentrato sulle sostanze nutritive e sui consigli dietetici ha chiaramente avvantaggiato l'industria alimentare rispetto ai consigli dietetici degli esperti di alimentazione». ⁷⁷ L'industria ha agevolmente sfruttato il fatto che l'attenzione fosse concentrata sui grassi, cominciando a sostituire questi ultimi con ingredienti altamente elaborati e ricostituiti che hanno un valore nutritivo alquanto dubbio. Scrinis osserva, poi, che ciò «ha messo il pubblico profano in condizione di interpretare i propri modelli di consumo in questi termini “nutricentrici” e di cercare versioni manipolate sul contenuto nutritivo dei cibi che mangiava in precedenza. Invece di mangiare meno carne o latticini, si poteva scegliere di consumare carni “magre” e latte parzialmente scremato o di abbandonare le carni rosse in favore di quelle bianche». ⁷⁸ In modo analogo, la strategia dell'industria alimentare ha consentito ai consumatori di continuare a nutrirsi con cibi trattati o fast food – anche se per certi versi modificati in una forma antilipidica – anziché consumare meno prodotti di questo tipo.

Nella sua critica del nutrizionismo, anche Scrinis mette in relazione il suo avvento con la facilità e il fascino della quantificazione. In questo senso, afferma, si può scorgere una tendenza, insorta verso la fine del XIX secolo, per la quale «le sostanze nutritive, i componenti alimentari e i biomarcatori – quali grassi saturi, kilojoule, indice glicemico e indice di massa corporea – vengono estrapolati dal contesto dei cibi, delle diete e dei processi corporei. Rimossi dal loro più generale ambito culturale ed ecologico, finiscono per rappresentare la verità definitiva sul rapporto tra cibo e salute fisica». ⁷⁹ La critica rivolta da Scrinis al nutrizionismo non è diversa da quella riservata da Nietzsche agli

scienziati che credevano ingenuamente di poter classificare la musica con criteri matematici. L'alfabetizzazione alimentare non può essere ridotta a una semplice formula: richiede l'esercizio del pensiero critico, mentre svariati sistemi di self-tracking cercano, in modo quanto mai perverso, di liberarci definitivamente dal pensiero del cibo. Questa fuga dal pensiero e l'ansia di sostituire il giudizio umano con le verità eterne prodotte dagli algoritmi sono le forze che sottotraccia animano il soluzionismo. Bruno Latour distingue tra «dati di fatto» (*matters of fact*), la vecchia maniera irrealistica di presentare tutti gli enunciati di sapere come qualcosa di stabile, naturale e apolitico, e «questioni di interesse» (*matters of concern*), un modo più realistico capace di riconoscere che gli enunciati di sapere sono spesso parziali e riflettono un particolare insieme di problemi, interessi e finalità.⁸⁰ Per Latour, un modo per riformare il nostro sistema politico consiste nel riconoscere che il sapere è fatto di «questioni di interesse» e nell'identificare coloro che sono toccati da tali questioni; la proliferazione del self-tracking – e lo spodestamento del pensiero a opera dei numeri – rischia di farci arenare per sempre nel paradigma dei «dati di fatto».

Una volta abbandonato il pensiero in favore dell'ottimizzazione, diventa molto più difficile non solo attuare bensì addirittura immaginare possibili riforme del sistema «misurato» o «monitorato». Una potenziale criticità della quantificazione sta nel fatto che spinge il governo a non prendersi la briga di affrontare dolorosi cambiamenti strutturali e a delegare ai cittadini la soluzione dei problemi. Perché preoccuparsi di regolamentare i cibi molto trattati o di facilitare l'accesso ai mercati locali o di proibire alle catene di fast food di fare pubblicità mirata sui più giovani? In fondo, è più semplice concedere ai singoli cittadini la possibilità di monitorare le calorie che consumano e tralasciare qualsiasi intervento, fingendo che l'obesità sia solo un problema di individui deboli che non sanno quello che mangiano. Il self-tracking, nel momento in cui offre un complice sostegno alle semplicistiche ideologie politiche della responsabilità individuale, inibisce quel tipo di ininterrotta indagine autoriflessiva che John Dewey riteneva fondamentale per la vita democratica.

È questa venatura imperialistica della quantificazione – la sua tendenza a escludere altri modi significativi, anche se meno tangibili, di trattare i fenomeni – ciò che più inquieta. Nelle mani dei self-tracker entusiasti e probabilmente in buona fede, il cibo diventa l'ennesimo sistema per ridurre il rischio di ammalarsi anziché essere un modo di godere del tempo limitato che abbiamo a disposizione su questo pianeta. Non potrebbe accadere che l'eccesso di enfasi sull'informazione con cui il nutrizionismo si balocca finirà per rendere inutilizzabili altri criteri con cui potremmo voler giudicare il cibo? Naturalmente, i self-tracker assicurano che queste nuove informazioni fungeranno solo da

complemento di quel che già sappiamo; in realtà, però, finiranno per escludere – e non per completare – altri criteri.

Non è difficile capire perché è inevitabile che le cose vadano così. Uno dei vantaggi dati dalla quantificazione è la sua capacità di semplificare i problemi a cui viene applicata: una volta che questi siano espressi in forma numerica, possiamo discutere del loro mutare nel corso del tempo, misurare in che modo altri fattori li influenzino e così via. Il soluzionismo e la quantificazione sono intrinsecamente legati. Nella sua grande opera *Seeing like a State*, il politologo James Scott scrive che «certe forme di conoscenza e di controllo richiedono un restringimento dello sguardo [che] serve a focalizzare aspetti particolari e limitati di una realtà altrimenti assai più complessa e poco maneggevole. Questa stessa semplificazione, a sua volta, rende il fenomeno in questione più leggibile e quindi più suscettibile di attenta misurazione e computazione». ⁸¹ Per limitare i danni che possono derivare dal soluzionismo, dunque, bisogna restaurare alcune delle prospettive alternative cancellate da questo «restringimento dello sguardo».

L'imperialismo dei numeri

Ivan Illich, che scriveva prima dell'avvento degli smartphone ma quando le idee della cibernetica e la teoria dei sistemi erano già penetrate nel dibattito pubblico, notava uno slittamento fondamentale nel modo in cui i suoi contemporanei pensavano i loro bisogni, i loro desideri, le loro necessità. Per Illich, le necessità e i desideri sono qualcosa di dato: dobbiamo prendere decisioni morali molto rigorose per astenercene. I bisogni, invece, sono una creazione completamente moderna: li trattiamo come qualcosa flessibile – forse per l'influenza di Madison Avenue? – e identificabile (attraverso la quantificazione o una maggiore introspezione). In questo modo, il progetto stesso di «soddisfare i nostri bisogni» non ci si presenta affatto come qualcosa di morale. Ecco che cosa diceva Illich in un'intervista concessa nel 1987 alla tv canadese CBC, prefigurando alcune delle patologie insite nel self-tracking:

La settimana scorsa è stata qui una studentessa. Volevo offrirle un secondo bicchiere di quel sidro che si può comprare dagli Amish che vivono qui attorno e le ho detto: "Questo sidro è buono, ne prenda ancora". "Oh, no," mi ha risposto "per oggi il mio fabbisogno di zuccheri è soddisfatto, non voglio esagerare." L'idea che tutte le persone hanno bisogni specifici che possono essere identificati e classificati e che di conseguenza devono essere soddisfatti, rappresenta una rottura con una percezione della condizione umana del tutto differente, una percezione tradizionale della condizione umana, che dava per scontato che alcune cose sono

necessarie, che non possono essere cambiate e dunque devono essere accettate. In questa visione tradizionale coltivare il desiderio e regolamentarlo nel contesto della necessità era per ognuno, e per tutta la comunità, il principale obiettivo etico e morale. I bisogni, dunque, non sono né necessità che non possono essere cambiate, né desideri che non possono essere mai soddisfatti. I bisogni ... si presentano quando la tecnica viene accettata come un mezzo per cambiare, abolire, le necessità che la condizione umana impone. ⁸²

L'ultima frase – sull'abolizione delle necessità imposte dalla condizione umana – potrebbe suonare tetra e pessimistica, ma combacia piuttosto bene con la più generale critica del soluzionismo proposta nel presente volume: i limiti – che cosa sono, infatti, le «necessità» se non limiti? – possono essere proficui e addirittura favorire la prosperità umana. Gli ostacoli e le barriere creano le condizioni entro cui la nostra stessa umanità può manifestarsi. Come ha detto il critico letterario Terry Eagleton, «essere umani ... è una cosa in cui bisogna diventare bravi, come suonare il bassotuba o sopportare la gente noiosa alle feste». ⁸³ Se si toglie la gente noiosa e si sostituisce il bassotuba con una app per il self-tracking, si troverà che lo spazio in cui l'umanità può manifestarsi si è ristretto. Più in generale, però, il problema del discorso sui bisogni è che la studentessa che rifiuta il secondo bicchiere di sidro sembra credere che la sua bussola morale sia perfettamente esaurita dai suoi bisogni facilmente misurabili e quantificabili, cioè dalla quantità di zuccheri che consuma in una giornata. L'idea di avere un obbligo morale – per esempio, di accettare l'offerta del professore per semplice buona educazione – o di poter trarre un piacere sensuale dal bere il sidro non la sfiora neppure.

Illich, probabilmente, sarebbe tutt'altro che sorpreso dalle condizioni di quantificazione cui ci troviamo di fronte oggi. Finiremo tutti per nutrirci con una pastella liquida che soddisfa tutte le esigenze nutrizioniste, ma che sarà priva della consistenza, della bellezza e del gusto di un pasto ben preparato? Il giornalista di tecnologia Greg Beato, scrivendo sulla rivista libertaria «Reason», accenna a ciò che questo futuro quantificato potrebbe comportare, e non solo nell'ambito dell'alimentazione, bensì anche in altri campi. «Presto sapremo se la *panna cotta* * di riccio di mare della French Laundry causa uno sbalzo maggiore nel ritmo cardiaco delle uova di quaglia con caviale affumicato al legno di cedro del Ritz-Carlton. Sapremo qual è il corso di yoga i cui allievi dormono meglio la notte. Sapremo quale attività sfocerà con più probabilità in una notte di sesso al primo appuntamento: se recarsi all'apertura di una galleria d'arte o passare una serata sulla pista da bowling. Improvvisamente, tutte le vecchie misure utilizzate per determinare il valore e la soddisfazione non saranno più tanto rilevanti». ⁸⁴

Forse era destino che l'estetica facesse questa fine, con una manica di fanatici del movimento del Sé Quantificato impegnati a decidere se producano erezioni più durature i nudi di Picasso o quelli di Degas. L'esperienza umana, passata al vaglio della quantificazione, si riduce a poco più di un silenzioso rivolo di byte narcotizzanti, un commentario digitale in progress sulla nostra ricerca interminabile del perfetto corredo genetico, della perfetta affidabilità creditizia, del partner perfetto. Come quei brillanti consulenti di banche d'investimento che soccombono alla tentazione funzionalista e acquistano migliaia di libri, destinati a restare intonsi, al solo scopo di rendere la propria casa più «letteraria» – ma che cos'ha di «letterario» una casa dove i libri che ci sono non vengono mai letti? – noi faremo in modo di avere un sé sano e non privo di qualche inclinazione artistica, grazie a qualche rozza combinazione di rapide soluzioni tecnologiche che hanno ben poco a che fare con gli ideali della salute o dell'arte che affermiamo di voler coltivare.

Steve Talbott, un critico della tecnologia che segue la tradizione profondamente spirituale di Jacques Ellul, osserva giustamente che «noi abbiamo investito solo certi aspetti automatici, meccanici e computazionali della nostra intelligenza nelle apparecchiature dell'età digitale, e questi aspetti vengono a loro volta rafforzati dall'apparato esterno. In altre parole, si ha qui ciò che gli ingegneri insisteranno a definire come “positive feedback loop”, un circuito di retroazione positiva, un loop che è quasi garanzia di un funzionamento unilaterale della nostra intelligenza». ⁸⁵ Non dovremmo essere così pessimisti: l'ultimo capitolo di questo libro mostrerà che le tecnologie digitali possono aiutarci a riscuoterci dal sonno etico ed estetico in cui ci culliamo da troppo tempo. Nella sostanza, però, l'affermazione di Talbott è corretta: dobbiamo prestare attenzione ai nostri circuiti di retroazione positiva.

Perché c'è così tanta gente che trova allettante e persino liberatoria la visione di un mondo totalmente quantificato? Per Greg Beato, di «Reason», tutte le tendenze spaventose da lui identificate continuano a tendere verso un qualche tipo di lieto fine. Quando sapremo tutto quel che c'è da sapere sulle uova di quaglia offerte dal Ritz-Carlton, il marketing sarà morto e l'oggettività avrà trionfato. «La cura del marchio, il marketing e persino le recensioni qualitative dei clienti cederanno il passo a rapporti fondati sui livelli della pressione sanguigna, sulla reazione galvanica della pelle e su una quantificazione dell'autostima. Anziché pensare con il nostro cervello labile, emotivo e facilmente manipolabile, sentiremo con il nostro istinto razionale, misurabile e difficilmente manipolabile, incoronando i vincitori e condannando gli altri concorrenti al fallimento sulla base di ciò che davvero ci soddisfa di più.» ⁸⁶ Si direbbe che questa sia la peggior specie di pensiero geek, cieco al modo di

operare del potere. Quand'anche questa utopia dovesse realizzarsi, tutti i fondi precedentemente riservati al marketing verranno spesi per stabilire quale modo di misurare le cose sia più oggettivo o naturale o veritiero. Anziché avere dei marchi che si propongono tutti come fautori della creatività, avremo aziende che entreranno in competizione per dimostrare che il loro tipo di creatività – quello per cui ottengono i migliori riscontri – è più importante degli altri. Ciò finirà soltanto per alimentare i già pervasivi sentimenti di ansia e sfiducia che animano la società moderna.

Ipotizziamo per un momento che la quantificazione non finisca per distruggere il marketing, bensì consenta alle aziende di pubblicizzare i loro prodotti in maniera ancora più aggressiva, potendo inoltre godere della protezione dell'anonimato concessa loro dal self-tracking. Marissa Mayer, amministratrice delegata di Yahoo! ed ex dirigente di Google, parla di «scoperta contestuale» per i casi in cui i motori di ricerca, studiando il tipo di informazioni abitualmente cercate dagli utenti online, riescono a fornire queste informazioni in maniera proattiva, prima ancora che gli utenti le abbiano richieste.⁸⁷ In modo analogo, Eric Schmidt, ex capo di Mayer, ama soffermarsi sull'idea di ricerca autonoma, per quei casi in cui i nostri smartphone, monitorando da vicino le nostre attività, possono silenziosamente svolgere, sullo sfondo, una serie di ricerche correlate. Schmidt fornisce un esempio interessante: «Quando cammino per le vie di Berlino ... io voglio ... che il mio smartphone continui a fare le sue ricerche. “Lo sapevi, lo sapevi, lo sapevi, lo sapevi? Qui è successo questo, lì è successo quest'altro.” Perché sa chi sono io. Sa quali sono i miei interessi. Sa più o meno dove mi trovo. Insomma, questa idea della ricerca autonoma – questa capacità di dirmi cose che non sapevo, ma che molto probabilmente mi interessano – è il prossimo grande traguardo ... della ricerca».⁸⁸

Be', questa idea sembra fantastica per dei turisti, anche se probabilmente distruggerebbe l'industria del turismo, dato che Google diventerebbe la guida definitiva per qualunque cosa. Ma consideriamo altre applicazioni della ricerca autonoma. Supponiamo che Google – magari attraverso i suoi occhiali magici – sappia che voi siete giù di morale e che, per risollevarvi l'umore (forse per compensare la triste telefonata che avete appena avuto con la vostra ex), avete bisogno di guardare un dipinto di Renoir. Be', Google non è che lo «sappia» esattamente; sa soltanto che al momento vi mancano 124 unità di «arte» e che, secondo il sistema di misurazione di Google, i dipinti di Renoir comportano in media 120 di queste unità. Voi guardate l'immagine e – zac! – il vostro buonumore è ripristinato. Siete per questo diventati degli appassionati di arte? È una cosa che serve davvero ad ampliare i vostri orizzonti? O questi tentativi utilitaristici di ammannire arte, come se fosse manualistica d'autoaiuto,

finiscono solo per svilire l'arte in quanto tale?

Questo delegare ai sistemi autonomi – e state pur certi che quando ci sarà la ricerca autonoma, ci sarà anche la pubblicità autonoma – può trasformare molti altri ambiti della nostra vita. Bianca Bosker, una giornalista che si occupa di tecnologia, allude a questo futuro digitale e a elevata automazione quando lamenta di non riuscire più a trovare dei posti dove mangiare; sono sempre i posti, invece, che trovano lei. In altre parole, nel gergo della Silicon Valley, la «ricerca» viene sostituita dalla «scoperta». Scrive Bosker:

Le mie ricerche via Web di nuovi locali nella mia zona – «best brunch Flatiron NYC», «café East Village» – hanno lasciato il posto agli annunci istantanei di Foursquare che spuntano sul mio telefonino per informarmi che nei dintorni c'è un bel posto. Grazie all'opzione «List» di questa app, che mi consente di iscrivermi a elenchi di luoghi da visitare compilati da amici e dalle guide cittadine, Foursquare mi avverte ogni volta che mi trovo nei paraggi di un ristorante che ha ricevuto un giudizio positivo. La caccia e la raccolta online di idee su dove andare a consumare il mio prossimo pasto – o a comprare il mio prossimo abito o libro o brano musicale, se è per questo – ha lasciato il posto all'attesa di vedersi servire porzioni di informazione tipo snack. Non cerco più. Assorbo. Il nostro processo di ricerca di nuove informazioni assomiglia sempre meno a una pentola in cui, a casa, abbiamo mescolato ingredienti messi insieme un po' al negozietto di alimentari, un po' al mercato ortofrutticolo e un po' dal fondo del frigorifero, e sempre più a un pasto da asporto consumato in macchina. Rapido, comodo e pulito, con appena un vago retrogusto di perfezione industriale. ⁸⁹

Come correttamente evidenziato da Bosker, questo passaggio dalla ricerca manuale alla «ricerca autonoma», o «scoperta contestuale», produce sistemi tecnologici che ora forniscono «una selezione personalizzata di qualunque cosa, dalle canzoni alle anime gemelle, senza un'esplicita richiesta del soggetto». ⁹⁰ I guru della tecnologia concordano. Come ha detto a Bosker Stefan Weitz, direttore di Bing, il motore di ricerca di Microsoft, «la ricerca implicita per conto dell'utente – senza che questi l'abbia avviata con una sua richiesta – è sicuramente il nostro futuro. Oggi, per innescarla, servono una parola chiave e il tasto di invio, ma domani l'evento scatenante può essere che, quando ci svegliamo alle otto di mattina, il treno [che dobbiamo prendere] è stato soppresso». ⁹¹ Si tratterà anche di un'innovazione rivoluzionaria, ma ha tutta l'aria di essere il trionfo finale del consumismo. Tuttavia, grazie ai nostri pregiudizi favorevoli all'innovazione, il consumismo – neanche Bosker usa mai questa parola – di solito non viene menzionato nei dibattiti sulla «ricerca

autonoma» (Bosker fa notare, però, che se le attuali tendenze proseguiranno, «ci sentiremo dire quel che vogliamo prima ancora di renderci conto di averne bisogno»; ⁹² Illich non approverebbe). Per valutare il Sé Quantificato e il suo impatto sulla vita pubblica, dunque, non basta limitarsi a sperare che i dispositivi di monitoraggio ci aiutino a risolvere un problema sociale accuratamente delineato. Questi problemi sono molto rari, e i progetti per risolverli finirebbero per avere conseguenze più ampie di quelle previste dai loro promotori, perché interferirebbero con altri sistemi, altre tecnologie e altre finalità.

Quando i fatti sono costituiti di acqua

Qualcuno potrebbe obiettare, però, che di certo esistono attività che hanno poco a che fare con l'estetica e che potrebbero essere più riconducibili alla quantificazione. Il calcolo dell'acqua o dell'elettricità che consumiamo sembra relativamente poco problematico: dobbiamo davvero preoccuparci, con James Scott, del rischio di un «restringimento dello sguardo»? A quanto pare, quando si tratta di misurare, il nostro mettere in relazione input e output assomiglia molto alla lettura del termometro per decidere se mettere un maglione: se risparmiamo acqua, è un bene per la natura; se non la risparmiamo, non è un bene. Che cosa c'è di più semplice?

Si potrebbe a ragione sostenere che il movimento del Sé Quantificato abbia avuto davvero inizio non appena si è diffusa la pratica – forse addirittura la moda – di installare nelle nostre case dei contatori per monitorare il consumo di acqua e di elettricità. Ora, potrebbe osservare qualcuno, la stessa logica si sta estendendo ai nostri smartphone e ai nostri browser, che sono soltanto più potenti. E ora i contatori vengono persino soppiantati da dispositivi come Wattcher, diffuso in Olanda, che mostra non solo il consumo di energia sul momento o nel corso di una giornata, bensì effettua un confronto con certi obiettivi quotidiani prestabiliti. Purtroppo, neanche in questo caso le cose sono realmente come appaiono a prima vista. Nella sua discussione delle facoltà essenziali alla prosperità umana la filosofa Martha Nussbaum osserva che «I cittadini non possono relazionarsi bene alla complessità del mondo che li circonda soltanto grazie alla logica e al sapere fattuale». ⁹³ Di conseguenza, sottolinea l'importanza di quella che lei chiama «immaginazione narrativa». Benché Nussbaum la definisca come «la capacità di pensarsi nei panni di un'altra persona, di essere un lettore intelligente della sua storia», ⁹⁴ noi non siamo tenuti a limitare l'immaginazione narrativa alla sola interazione tra persone. L'immaginazione narrativa, insomma, potrebbe riguardare anche l'interazione delle persone con sistemi socio-tecnologici e politici complessi e

l'abilità di individuare il proprio ruolo in essi.

Possiamo ulteriormente mettere a confronto l'«immaginazione narrativa» con l'apparente ossimoro dell'«immaginazione numerica», che può essere definita come la predisposizione a cercare spiegazioni causali quantitative e lineari che hanno poco rispetto per la complessità del mondo umano reale. Dove l'immaginazione narrativa è autoriflessiva – dolorosamente consapevole di come sia necessario, per rendere conto del mondo, rendere conto anche dell'osservatore – l'immaginazione numerica crede nel resoconto oggettivo e stabile della realtà esterna; questi resoconti sono atemporali e non hanno scadenza. Il mondo non fa che rivelarsi all'osservatore così come il consumo dell'elettricità si rivela sul contatore: non c'è granché da dibattere.

Il problema con l'immaginazione numerica è che non è per niente utile nella descrizione di sistemi complessi; figurarsi nell'immaginare nuovi modi di organizzarli. I fatti vengono considerati eterni, perciò l'immaginazione numerica, in generale, vive nel presente e scarta qualsiasi tipo di contingenza e di storicismo. L'immaginazione narrativa, per contro, sa che la maggior parte delle pratiche, delle norme e dei propositi vigenti non è atemporale e che, pretendendo di essere il solo modo di fare le cose, finiscono di solito per occultare molte altre alternative. Essa riconosce che persino i fatti possono essere rivisti; un giorno, magari, pensiamo che essere sovrappeso sia molto nocivo alla salute, e pochi anni dopo possiamo scoprire che il peso extra ci protegge in realtà da molte gravi malattie.

Il movimento del Sé Quantificato, nella sua forma attuale, è follemente dedito all'articolazione di fatti – è questa l'utilità fondamentale dei numeri – ma continua a essere incapace di trarne delle narrazioni. Anzi, potrebbe addirittura impedire la nascita di narrazioni, nel momento in cui i self-tracker nutrono un rispetto eccessivo per i numeri e dimenticano che altri modi di raccontare le storie – e di trarne spunto per l'azione – sono possibili.

Dunque, per tornare alla pratica della misurazione dei consumi di acqua e di elettricità, è facile scambiare la decisione di monitorare le risorse per un'autentica riforma del modo in cui acqua ed elettricità entrano nelle nostre case. Su un piano ideale, la decisione di monitorare dovrebbe essere solo un piccolo complemento di altre pratiche e di altri tentativi di generare narrazioni sul consumo di acqua e di elettricità e di convertire queste storie in azione. Il problema è che non è possibile generare queste narrazioni senza prima farsi un'idea precisa di come l'acqua, il gas e l'elettricità arrivano nelle nostre case, e la semplice misurazione non è in grado di fornirle.

Come scrive l'antropologa Maria Kaika nel suo *City of Flows*, «nel mondo capitalistico avanzato, la fornitura di acqua, elettricità, gas e informazione

sembra ora entrare miracolosamente nella sfera domestica come se arrivasse dal nulla o da ogni dove. Persino lo smaltimento dell'immondizia è diventato questione di gettare delle cose in un buco nel muro, dove spazzatura e puzza miracolosamente scompaiono. Per l'abitante delle città, il termine del processo di smaltimento dei rifiuti coincide con l'attimo in cui il sacchetto viene gettato nel buco». ⁹⁵ Sapere che cosa c'è all'interno dei nostri bidoni dell'immondizia intelligenti – che è quanto si prefiggono di dirci progetti come BinCam – non è come sapere che cosa accade alla nostra spazzatura quando ne esce. Questo ultimo aspetto è molto più importante del primo ai fini di una riforma in difesa dell'ambiente.

In fatto di smaltimento dei rifiuti siamo ignoranti come nel campo del *cloud computing*: raramente ci domandiamo che cosa comporti di preciso, perché è organizzato in questo modo e come fare, eventualmente, per cambiarlo. Monitorare la quantità di spazzatura che produciamo, di acqua che consumiamo e di informazioni che carichiamo e scarichiamo dalla «nuvola» non ci avvicina neanche un po' alla comprensione di come funzionano questi sistemi complessi. L'«immaginazione numerica» ci consente di pensare in forma numerica – cioè di valutare quanto consumiamo e, nella migliore delle ipotesi, che cosa possiamo spegnere – ma non ci spinge mai a pensare ai modi in cui si potrebbero ottenere dati numerici diversi. Appare ingenuo credere che il problema del cambiamento climatico possa essere risolto se ognuno di noi trascorre un minuto in meno sotto la doccia; la soluzione potrebbe richiedere da un lato sacrifici più consistenti, dall'altro, forse, persino di uscire dalla doccia e andare a combattere questa lotta da qualche altra parte.

Come osserva un'altra antropologa, Veronica Strang, nel suo *The Meaning of Water*, anche la misurazione dei consumi di acqua, almeno quando è promossa dalle società fornitrici, si inserisce in un complesso sistema economico che si fonda, a sua volta, su certi presupposti relativi alla proprietà delle risorse e ai mezzi ideali per la loro gestione. Secondo Strang, «i contatori sono la realizzazione della proprietà privata, e danno agli operatori, anziché alla popolazione nel suo insieme, il potere di decidere che cosa costituisca un uso “dissoluto” dell'acqua o, come dicono più diplomaticamente gli enti governativi, a fini “discrezionali” o “non essenziali”». ⁹⁶ Pertanto, scrive Strang, i contatori «esprimono anche la perfetta atomizzazione sociale, che ha portato le persone a credere che il loro utilizzo delle risorse avvenga all'interno della fortezza domestica familiare, separata dal più ampio ambiente fisico e sociale». ⁹⁷ Si potrebbe immaginare che il movimento del Sé Quantificato, decentrato com'è, non sia soggetto a simili pressioni, ma anche questo appare improbabile, dato che le imprese che producono i gadget utilizzati per il self-tracking sono, al

contempo, proprietarie delle piattaforme online di messaggistica su cui i dati vengono condivisi.

Dispositivi come Wattcher, che possono essere semplicemente infilati in una presa della corrente, non vengono ancora promossi dalle società fornitrici con l'aggressività utilizzata per i contatori. Quel giorno, però, arriverà presto, anche se il compito di fare propaganda per tali dispositivi ricade su Kevin Kelly e Gary Wolf. Sulla base dei dati di cui attualmente disponiamo, però, non è chiaro se questi dispositivi di retroazione si limiteranno a rinchiudere gli utenti nei loro esistenti modelli di consumo o se li sfideranno a pensare ai loro consumi di acqua ed energia – e a come ridurli – con un piccolo sforzo di creatività e immaginazione. Yolande Strengers, una sociologa australiana che ha studiato il modo in cui vari sistemi di retroazione per il consumo di energia improntano le abitudini di consumo nelle case dei suoi connazionali, rileva che i partecipanti agli esperimenti «nella maggior parte dei casi non si sono soffermati a riflettere su quelle attività da loro considerate normali e necessarie né tantomeno sui modi per modificarle». ⁹⁸

Allo stesso tempo, argomenta Strengers, ciò che è considerato normale e non negoziabile è esso stesso sempre in divenire e, inoltre, influenzato dal sistema del consumo e dalla sua infrastruttura. Lavare i propri vestiti dopo ogni singolo uso può sembrare normale, oggi, ma di certo non lo era cinquant'anni fa, come fa notare la sociologa Elizabeth Shove in *Comfort, Cleanliness and Convenience*, un saggio su come le norme e le aspettative in fatto di comfort e pulizia sono cambiate nel corso del tempo. ⁹⁹ Analogamente, anche l'uso dell'asciugatrice e l'abitudine di lasciare accesa l'aria condizionata con un clima relativamente mite sono sviluppi relativamente recenti, non la norma atemporale. Il self-tracking potrà dirci quanta energia consuma il nostro impianto di condizionamento dell'aria, e riuscirà magari anche a dirci fino a che punto le sue condizioni corrispondano ai nostri fini, ma non potrà dirci nulla dell'opportunità di lasciare accesa l'aria condizionata. L'immaginazione numerica potrà indicarci un uso più efficiente del condizionatore, ma è l'immaginazione narrativa che può dirci se dobbiamo davvero usarla.

In effetti, i sistemi di retroazione innescano quello che gli psicologi chiamano un «effetto di autorizzazione», nel senso che, rilevando un consumo di energia inferiore al previsto, si potrebbe smettere di preoccuparsene del tutto. Strengers riferisce di come alcune famiglie australiane abbiano risposto a un sistema di retroazione chiamato EcoPioneer, che usa un dispositivo a semafori per indicare se in una casa si sta consumando troppa elettricità. Una partecipante, per esempio, a proposito del segnale giallo che continuava a ricevere osservava: «Avevo sempre paura di usare troppo l'asciugatrice, ma se non parte il semaforo

rosso, allora posso usarla». ¹⁰⁰ Se però si esamina il sistema EcoPioneer più da vicino, non è neppure chiaro se la luce verde significhi ciò che noi immaginiamo. Come spiega Strengers, il sistema è concepito per misurare il consumo di energia in tempo reale, non il consumo cumulativo su un arco, poniamo, di ventiquattro ore. In tal modo, per ottenere la luce verde o gialla, è sufficiente che in una casa il consumo di energia sia distribuito nell'arco di tutta la giornata. Benché questo sistema sia ottimo per distributori di elettricità (dato che crea un bilanciamento del carico più efficiente e dà luogo a una distribuzione più efficiente), non riduce necessariamente la domanda. Sulla carta, però, fa un bell'effetto: le famiglie fanno la loro parte da «cittadini», e i distributori ottengono una distribuzione più efficiente. Senza un qualche tipo di immaginazione narrativa, però, questo sistema rischia semplicemente di confermare le attuali abitudini di consumo energetico.

Impressioni e bacini fratturati

Che cosa ci dicono, dunque, questi tentativi di self-tracking? Be', molto spesso è difficile rispondere. Kashmir Hill, una giornalista di «Forbes» che si è occupata del Sé Quantificato e delle sue numerose applicazioni, esprime un senso di confusione su come utilizzare i risultati di uno di questi esperimenti di self-tracking. Grazie ad alcuni software sofisticati, ha scoperto quanto segue: «Il massimo della felicità è quando sono al bar a bere (ma guarda!); il minimo della felicità è quando sono sugli aerei e al lavoro (ehm...); il giorno più bello della settimana per me è la domenica, seguita dal mercoledì; sono felice sia da sola sia con le altre persone, e sono più contenta di interagire con il mio ex che con il mio attuale fidanzato». ¹⁰¹ Hill, però, non sa cosa farsene, di questi risultati. «Non so bene che pesci prendere quando si tratta di interpretare questi risultati. Devo forse passare più tempo nei bar e meno al lavoro per ottimizzare la mia felicità? E devo forse ripensare le mie relazioni affettive?» ¹⁰²

Il problema è che, come dati scientifici solidi, questi risultati non hanno nessun valore. Né hanno valore come suggerimenti morali per l'azione o come conclusioni derivanti da mesi di introspezione, perché Hill chiaramente, utilizzando quel software, non rifletteva in modo particolare sulle proprie abitudini lavorative e alcoliche. Qui si ha a che fare, al massimo, con delle correlazioni. Ma che utilità possono avere queste correlazioni? Per alcuni membri del movimento del Sé Quantificato la correlazione è l'unica cosa importante. Seth Roberts, per esempio, sostiene che l'assunzione di burro lo rende più veloce: questo, perlomeno, è quello che dicono i suoi dati («Due anni fa ho scoperto che il burro – la sostituzione dello strutto con il burro – mi

rendeva più veloce» esordisce un post sul suo blog). ¹⁰³ Sanjiv Shah, invece, sostiene che l'uso di occhiali con lenti gialle prima di coricarsi migliora il ritmo del suo sonno (lo dicono i dati, stupidi!). ¹⁰⁴ Naturalmente, alcuni self-tracker sanno che le loro conclusioni potrebbero non essere, diciamo, scientificamente valide; come dichiara un seguace del movimento all'«Economist», «con il self-tracking non si riesce mai davvero a capire se sia l'esperimento a influenzare l'esito o se siano, invece, le proprie aspettative riguardo all'esperimento». ¹⁰⁵ In campo scientifico, questo fenomeno è ampiamente noto con il nome di «effetto placebo» e negli esperimenti accademici si tenta in ogni modo di minimizzarne l'influenza. Nel caso del movimento del Sé Quantificato, però, ciò che importa non è il sapere in quanto tale, bensì piuttosto l'utilità di varie presunte conoscenze al fine di migliorare la propria salute o vita sessuale.

La cosa più curiosa è che non c'è neanche bisogno di sapere in che modo questa conoscenza verrà usata: in buona parte, infatti, viene generata e immagazzinata preventivamente. Come segnala Wolf a proposito dei suoi colleghi del Sé Quantificato, «sebbene intraprendano il self-tracking con una questione specifica in mente, insistono in questa attività perché credono che i numeri contengano segreti che loro non possono permettersi di ignorare, risposte a domande che non hanno ancora pensato di porre». ¹⁰⁶ Ciò significa, dunque, che i self-tracker raccolgono dati, informazioni o sapere, per invocare la ben nota idea della piramide che ha dominato per decenni gran parte della letteratura sulla gestione delle informazioni? Martin Frické, studioso di questioni dell'informazione, osserva che le iniziative di data mining promuovono la tendenza a confondere i dati con le informazioni e incoraggiano «la sventata e insulsa raccolta di dati nella speranza che un giorno possano ... elevarsi a informazioni: acquisizione preventiva». ¹⁰⁷

Per farsi beffe di questi sforzi preventivi, Peter Austin ha passato in rassegna i dati sanitari di 10 milioni di pazienti dell'Ontario per trarre alcune affascinanti conclusioni sul loro conto. Secondo una sconvolgente e rivoluzionaria scoperta, «i nati sotto il segno della Vergine vomitano di più, mentre le Bilance si fratturano il bacino». ¹⁰⁸ Questi risultati, purtroppo, non hanno retto quando Austin e i suoi colleghi hanno provato a verificare l'ipotesi su un secondo campione. Austin osserva che è sufficiente «sostituire i segni astrologici con un'altra caratteristica, come per esempio il genere o l'età, e la mente comincia subito a creare spiegazioni per le associazioni così osservate. Dopodiché si salta alle conclusioni, inventando spiegazioni per giustificare i risultati osservati». ¹⁰⁹ Tuttavia, aggiunge, «quanto più andiamo alla ricerca di modelli, tanto più è probabile che li troviamo, soprattutto se non partiamo con una domanda ben definita». ¹¹⁰ In altre parole, quello che per Austin è il segno distintivo delle

cattive ricerche è diventato per certi versi un tratto distintivo molto amato del movimento del Sé Quantificato. A essere giusti, l'avversione alle teorie e la fede assoluta nella superiorità di Big Data è anche uno dei fondamenti del soluzionismo: non è un'esclusiva dei self-tracker. Kevin Kelly, alla sua tipica maniera celebrativa, ci dice che «la raccolta esaustiva di dati, cioè il modo di Google di fare scienza, è molto meglio che disporre di un'ipotesi». ¹¹¹ David Weinberger, di Harvard, scrive una lettera d'amore di molte pagine a Hunch.com – un sito (ora di proprietà di e-Bay) che pone agli utenti centinaia di domande per predire quali libri e film apprezzeranno – parlando di «un serio cambiamento del nostro modo di concepire la conoscenza». ¹¹²

Come spesso accade con la retorica rivoluzionaria, le rivendicazioni di attività eversive sono ovunque, ma dov'è la rivoluzione? Hunch.com si limita a utilizzare le tecniche della statistica, del data mining e dell'apprendimento automatico – tutte discipline ormai ben affermate che depredano «Internet» – per trasformare certe correlazioni in consigli. Secondo Weinberger, affermare che «il 75 per cento della gente a cui è piaciuto *Mad Man* ha anche apprezzato *Breaking Bad*» è rivoluzionario perché, a differenza della teoria dell'evoluzione di Darwin, questa affermazione è «ateorica». Del resto, questa «conoscenza ateorica» – pensate ai moduli del censimento, ai sondaggi e ai questionari di marketing – ha una lunghissima storia. Certo, la gente ora compila i moduli online, ma è proprio così rivoluzionario? Il discorso sulla rottura rialza ancora una volta la sua testa mostruosa.

È questo il tipo di sapere che ci aiuterà a curare il cancro? Può darsi che Weinberger abbia ragione nel dire che «Hunch non fa ipotesi né congetture, solo correlazioni statistiche», ¹¹³ ma noi sappiamo anche che queste utilitaristiche mappature dei consumi vanno benissimo per alimentare interminabili corse allo shopping su Amazon. In futuro, andrà benissimo anche per alimentare le teorie del complotto, dato che Glenn Beck, il Tea Party, Alex Jones e chiunque altro abbia molto tempo libero a disposizione e notevole potenza di calcolo a basso costo comincerà a istituire correlazioni tra, per esempio, razza e rendimento scolastico o tra livelli di felicità e previdenza sociale. Potrebbero addirittura esserci tantissimi volontari ansiosi di fornire i dati attraverso il self-tracking. Stando a quel che ne dice Weinberger, questa gente non avrà bisogno di ipotesi né di congetture: si limiterà a mappare correlazioni statistiche.

Naturalmente, se i critici come Austin prevarranno, queste correlazioni verranno liquidate in quanto sciocchezze puerili. Se invece avranno la meglio quelli come Weinberger, con le loro eterne rivendicazioni rivoluzionarie, le nostre istituzioni dovranno spendere quantità crescenti delle loro risorse cognitive per respingere gli attacchi sferrati dai vari teorici del complotto. Come

dimostra l'interminabile diatriba sui cambiamenti climatici, viviamo già in un periodo storico in cui la fiducia nella competenza è ormai svanita. Fornire a chi vuole metterla ulteriormente in crisi certe strane teorie della conoscenza non farà che peggiorare la situazione.

Il fatto che il movimento del Sé Quantificato o agenzie di data mining come [Hunch.com](#) possano sfornare «intuizioni» non eleva – e non dovrebbe elevare – queste intuizioni allo status di conoscenza, se si vuole che il termine «conoscenza» conservi un qualche significato. Il modo di fare scienza adottato da Google, in realtà, non ha nulla a che vedere con la scienza: è qualcosa di completamente diverso, e non dovremmo trattarlo alla stessa stregua delle ricerche autorevoli e fondate sulla competenza. A volte, forse, il mercato delle idee richiede una regolazione più severa. Come fa notare il filosofo Philip Kitcher, «manchiamo di istituzioni su cui la gente possa fare affidamento per i fatti che hanno davvero rilevanza per le loro decisioni». ¹¹⁴ Kitcher dubita che «la fiducia possa essere ripristinata da un dibattito pubblico privo di ostacoli, perché ... una volta che la fiducia nella competenza entra in crisi, la “libera espressione delle idee” finisce spesso per erodere ulteriormente la credibilità di chi è competente». ¹¹⁵ Allo stesso modo, il docente di diritto Robert Post afferma: «Se il modello del mercato delle idee dovesse essere imposto a “Nature”, all’“American Economic Review” o a “The Lancet”, perderemmo rapidamente di vista qualsiasi nostra competenza sulla natura del mondo». ¹¹⁶

Il problema, ovviamente, sta nel fatto che l'idea di «Internet» con cui operano i nostri esperti, unita all'impressionante successo di Wikipedia e Google, ha totalmente impedito loro di ergersi a difesa della competenza e delle pratiche che la creano e la sostengono. Al contrario, alla loro maniera populista, preferiscono celebrare movimenti quali il Sé Quantificato e start-up quali [Hunch.com](#) in quanto modi rivoluzionari e adeguati, anche se completamente diversi fra loro, di replicare preesistenti strutture di conoscenza. Non lo sono affatto, e quanto prima lo capiremo tanto più ne trarrà giovamento il nostro dibattito pubblico.

*
— In italiano nel testo.

VIII

La condizione superumana

Da ciò che è microscopico fino al cielo, tutto verrà captato, messo in rete e archiviato. Non è una previsione azzardata su ciò che accadrà tra quarant'anni. Scommetto che si realizzerà entro il prossimo decennio. E non mi capita spesso di perdere una scommessa.

GORDON BELL ¹

L'errore è pensare che le comunicazioni risolveranno il problema della comunicazione, che migliori connessioni basteranno a scacciare i fantasmi.

JOHN DURHAM PETERS ²

Ben prima che nascesse il movimento del Sé Quantificato, Gordon Bell, ingegnere di alto livello alla Microsoft, stava già registrando ogni più piccolo dettaglio della sua vita. ³ Ha cominciato verso la fine degli anni Novanta e non ha ancora smesso. Bell ha raggiunto una discreta notorietà per aver ininterrottamente portato al collo un dispositivo chiamato SenseCam: si tratta di una piccola macchina fotografica nera, grande quanto un pacchetto di sigarette, che scatta una fotografia ogni venti secondi, il che – calcolando che Bell è sveglio per almeno sedici ore al giorno – equivale a quasi tremila foto al giorno. La raccolta di Bell, però, non consiste di sole fotografie. Tutti i biglietti scritti di suo pugno – un archivio non indifferente, se si considera che è nato nel 1934 – sono stati passati allo scanner, tutte le sue e-mail catalogate e tutte le sue coordinate GPS diligentemente annotate. Sulla sua pagina di Microsoft Web proclama di aver registrato «una vita intera di articoli, libri, CD, lettere, promemoria, saggi, fotografie, presentazioni, musica, videocassette, conferenze videoregistrate ... registrazioni di telefonate, trascrizioni di conversazioni via IM [*instant messaging*], anni di e-mail, di cronologie Internet e attività quotidiane». ⁴

Esiste un progetto che illustri il soluzionismo meglio di questo tentativo di Bell, volto a trascendere i limiti della memoria umana? Per il soluzionista, il dimenticare non può assolvere ad alcuna finalità produttiva; è un bug – non una

caratteristica –, e prima lo si elimina meglio è. Per Bell, dimenticare è doloroso, forse persino osceno e peccaminoso, mentre indossare una SenseCam è estremamente liberatorio, una cosa che dà forza. «Dà una sensazione come di pulizia ... Mi sento molto più libero dal dovere di ricordare. Ho questa macchina, questo schiavo, che lo fa per me» ha dichiarato a un intervistatore nel 2006. ⁵ Non può scattare una fotografia del proprio cervello ogni ora, ma sembra essere solo una questione di tempo: gli occhiali intelligenti di Google potrebbero consentirgli anche di sbirciare dentro di sé.

Gordon Bell è diventato un museo ad alimentazione umana di tutti i bit, i memi e i pixel che siano mai entrati nella vita di una singola persona. Nel propagandare i pregi di un'esistenza alla Gordon Bell, il vero Gordon Bell si esalta: «Diventi il bibliotecario, l'archivista, il cartografo e il curatore della tua vita». ⁶ Un tantino narcisistico? Forse. Ma se lo spazio di archiviazione costa poco e il timore della fragilità umana è più forte che mai, distinguere il narcisismo dal pragmatismo non è impresa facile.

Si potrebbe obiettare che l'idea di chiamare «museo» gli archivi digitali di Gordon Bell è un po' eccessiva. I musei, in fondo, si fondano sul principio secondo cui ci sono cose più importanti e altre meno; le une sono oggetto di cura e promozione e vengono esposte, le altre vengono messe da parte o scartate. Si può presumere che, quand'anche disponessero di uno spazio infinito, i musei non abbandonerebbero l'idea della selezione. Quest'ultima è frutto di una scelta deliberata, non di una limitazione tecnologica derivante dalla mancanza di risorse.

Il «museo in un solo uomo» di Gordon Bell, se formalmente promette di trasformare i suoi eroi in curatori, tradisce lo spirito estremamente selettivo del lavoro del curatore. Come gli adepti del self-tracking e del data mining, incontrati nel capitolo precedente, Gordon Bell opta per un'acquisizione preventiva dei dati, nella speranza che un giorno possano fornirgli non solo le risposte giuste, bensì anche le giuste domande. O forse gli diranno dove ha lasciato le chiavi dell'auto, e alzi la mano chi si diverte a perdere tempo a cercarle carponi sotto il tavolo. Portare al collo un gadget come la SenseCam, però, può anche aiutare a trovare le chiavi più importanti in assoluto: quelle della propria interiorità. Bell, infatti, nel suo *Your Life. Uploaded*, manifesto lungo quanto un libro sui benefici del lifelogging, assicura che questa pratica garantisce «una migliore comprensione di sé, la possibilità di rivivere la storia della propria vita a un livello di dettaglio proustiano, la libertà di lavorare meno con la memoria e più con il pensiero creativo, e persino una certa quota di immortalità terrena, grazie alla cyberizzazione». ⁷ Armato di SenseCam, Proust avrebbe sicuramente avuto una diffusione virale su Instagram.

Bell non sembra interessato a termini come «self-tracking» e «sé quantificato» e, a proposito del suo hobby, parla di «lifelogging». I numeri hanno un ruolo di secondo piano nella sua ricerca: il punto non è generare statistiche quanto piuttosto sopperire all'inefficienza e all'infedeltà della memoria umana. Ciononostante, Bell non si sottrae all'occasione di trarre qualche inferenza da tutti i dati che ha accumulato. La sua retorica sottolinea a più riprese varie opportunità salvavita offerte dal lifelogging, anche se queste finiscono per trasformarci in individui perpetuamente in ansia, che in pratica possono solo conservare traccia di aspetti prima invisibili e insulsi della propria esistenza.

All'improvviso il lifelogging si trasforma da bizzarra consuetudine geek in un obbligo morale nei confronti di noi stessi e, forse, anche degli altri: chi non pratica il lifelogging causa un danno all'umanità. Si presti una speciale attenzione a un passaggio del pezzo che Bell, con la collaborazione di un coautore della Microsoft, ha scritto per «Scientific American» nel 2007: «I sensori portatili possono effettuare una lettura di cose che non vengono neppure percepite dagli esseri umani, come per esempio i livelli di ossigeno nel sangue o il tasso di anidride carbonica nell'aria. I computer possono poi elaborare questi dati per identificare eventuali modelli; per esempio, possono determinare quali siano le condizioni ambientali che aggravano l'asma di un bambino. I sensori possono anche registrare i circa 3 miliardi di battiti cardiaci che si verificano in media nella vita di una persona, insieme ad altri indicatori fisiologici, e segnalare un rischio d'infarto».⁸

Anche se Bell non la mette esattamente in questi termini, il senso fondamentale della sua idea è che tutto ciò che è registrabile deve essere registrato. E se una cosa non può essere registrata, dev'essere negativa sotto il profilo etico o estetico. Di conseguenza, sul profilo che «Fast Company» dedica a Bell si legge che lui è «infastidito da esperienze che [non possono] essere immagazzinate su un disco fisso», come quella con i libri cartacei.⁹ «In pratica, a questo punto, mi rifiuto di possedere dei libri. ... Per meglio dire, li prendo, li guardo, ogni tanto li leggo, ma poi li do via, perché non li ho nella mia memoria. Per me è come se fossero scomparsi» lamenta Bell,¹⁰ senza accorgersi del fatto che il suo apprezzamento per la letteratura è improvvisamente diventato ostaggio del suo feticismo totalizzante per la documentazione di questo apprezzamento.

Si ha la tentazione di liquidare il progetto di Bell come una stravaganza e di associarlo ad altre strane pratiche contemporanee di accumulazione di dati. Di fatto, anche sotto molti altri aspetti, Bell dà l'impressione di essere un eccentrico. Un suo profilo pubblicato nel 2007 su «The New Yorker» rileva, per esempio, che secondo lui «un giorno le case non avranno finestre, e non avrà più importanza dove sorgono fisicamente: gli schermi alle pareti ci mostreranno già

tutto quello che vogliamo vedere». ¹¹ Grazie a lui, gli orrori di *Matrix* fanno l'effetto di una primavera a Cancún.

In ogni caso, Bell sarà anche un po' strano, ma non è privo di influenza. Generalmente noto come il «Frank Lloyd Wright dei computer», è un eminente e stimatissimo ingegnere e manager: negli anni Settanta era uno dei massimi dirigenti dell'allora trionfante Digital Equipment Corporation, mentre negli anni Ottanta ha contribuito a dirigere le incursioni della National Science Foundation nel campo di «Internet». ¹² Inoltre, conosce la gente giusta alla Microsoft (Bill Gates ha scritto una cerimoniosa prefazione a *Total Recall*, * e il suo *The Road Ahead* ** è disseminato di proclami à la Bell, come quando afferma che «un giorno saremo in grado di registrare tutto ciò che vediamo e sentiamo» ¹³). L'idea del lifelogging impronta una serie di prodotti Microsoft – MyLifeBits è un progetto di software che aiuta i lifelogger a conservare memoria di tutte le informazioni che raccolgono – e tracce di questa idea sono rinvenibili anche in alcune recenti innovazioni online che, in apparenza, non hanno molto a che fare con essa (l'idea della condivisione senza attrito promossa da Facebook, mediante cui il sito localizza e pubblica automaticamente la nostra attività online, ne è un esempio: una sorta di lifelogging in pubblico).

Il pensiero di Bell presenta tutti gli inconvenienti e i pregiudizi della mentalità tecnologica. C'è l'onnipresente discorso sull'autonomia della tecnologia e sull'inevitabilità dei suoi effetti sociali: non ha senso resistere alle tendenze in atto («la società in generale è inesorabilmente avviata verso una tecnologia da *Total Recall*, che trasformerà il mondo intorno a noi» ¹⁴). Qualsiasi intervento politico e sociale sulla traiettoria di questa tecnologia viene liquidato come un aspetto di una «catastrofica controrivoluzione», per usare l'espressione di Bell, secondo il quale «solo un grande sforzo legislativo e politico di ingegneria sociale può impedire [al lifelogging] di produrre cambiamenti di vasta portata nel modo in cui si vive la vita moderna. Questo genere di catastrofica controrivoluzione appare assai improbabile». Forse, semplicemente, il «grande sforzo legislativo e politico» ¹⁵ – il fondamento del processo decisionale democratico – non fa per lui. E com'è facile immaginare, Bell crede anche fermamente nell'obiettività e nella neutralità delle tecnologie del lifelogging; secondo lui, «la memoria digitale è obiettiva, spassionata, prosaica e spietatamente precisa».

Il citato *Total Recall* è anche diffusamente punteggiato di promesse secondo cui tutto andrà bene, purché si abbia la pazienza di aspettare abbastanza a lungo («inventeremo norme sociali per determinare i casi in cui il lifelogging va bene e quelli in cui non va bene») ¹⁶ e assicurazioni sul maggior potere e sul controllo che queste tecnologie conferiscono agli individui («avrete il controllo assoluto,

sarete in grado di rintracciare quel poco o tanto che vorrete in qualsiasi momento»).

¹⁷ Gli individui di Bell godono di totale autonomia e indipendenza dai loro concittadini e dai mediatori tecnologici che consentono loro di memorizzare la vita tutta intera. Bell non pone neppure una domanda sull'economia politica dell'informazione. Non stupisce, quindi, che egli veda tutto in una luce rosea: il suo pensiero non coglie le tendenze che improntano il nostro modo di condividere informazioni.

Ed ecco, infatti, che con il suo sfrontato entusiasmo scrive: «Se il mondo seguirà il mio esempio, il Total Recall sarà una questione privatissima. Le tecniche crittografiche saranno universalmente diffuse, i ricordi elettronici risiederanno in banche dati svizzere e la condivisione sarà prudente e limitata».

¹⁸

Quante probabilità ci sono, però, che il mondo segua il suo esempio? Forse Bell non ha ancora sfogliato il rapporto presentato a Davos sulla «privacy come classe di beni» (e quei tizi di Davos, per quel che mi risulta, la sanno lunga in fatto di banche svizzere). Chi mai, potremmo domandare, costruirà quelle banche dati di cui Bell è così entusiasta? Al momento, pare che saranno realizzate da entità quali [Personal.com](#) e Singly, strutturalmente incentivate a far sì che la gente condivida tutti i propri dati, anche se con procedure di condivisione sicure. Se Bell crede che le banche svizzere si limitino a prendere i soldi dei clienti e a produrre rendite straordinarie semplicemente tenendoli sotto chiave e al sicuro, si sbaglia di grosso su come funzionano le banche come impresa.

Bell, però, è soprattutto confuso riguardo alla condizione umana. Pur essendo un settantenne, scrive come un adolescente inesperto che non abbia avuto la sua giusta dose e varietà di interazioni sociali, con tutte le dissimulazioni, tutti i sottintesi e le finzioni che quelle inevitabilmente comportano. Ciò che Michael Oakeshott scriveva del razionalista – «come chi conosce solo l'esperanto, non ha modo di sapere che il mondo non è cominciato nel XX secolo» ¹⁹ – si applica anche a soluzionisti come Bell, benché l'unico linguaggio da loro conosciuto sia il C++. Per Bell, tutte quelle pratiche ingannevoli sono mali che devono essere estirpati nel tentativo di sottometerci a una condizione di totale trasparenza e onestà.

Mentre racconta che i suoi archivi digitali gli consentono ora di comporre messaggi augurali migliori in occasione dei compleanni degli amici, Bell afferma entusiasta: «La mia memoria biologica aveva ridotto alla noia il mio rapporto con Ivan, ma per fortuna sono intervenuti i miei ricordi elettronici a restituirmi il significato della nostra storia, consentendomi di comporre un messaggio di auguri adeguato».

²⁰ Sembra fantastico, finché non ci si rende

conto di come il lifelogging, una volta divenuto universale, ci priverà anche di tutte quelle scusanti che le nostre memorie umane e imperfette ora ci forniscono. Nel futuro di Bell, se non componete un elaborato messaggio di auguri da una decina di pagine per il compleanno di un amico – disseminato di oscuri aneddoti e battute dimenticate da tutti – significa solo che non vi siete dati abbastanza da fare. Tempo medio risparmiato nella ricerca delle chiavi dell'auto grazie al lifelogging: cinque minuti. Tempo medio sacrificato alla tirannia di carinerie superflue imposte dal lifelogging: una vita.

In alcuni casi, la continua preoccupazione di Bell per la verità sembra quasi patologica. Vuole ricordare tutto, senza dimenticare nulla, neanche le cose più brutte, violente e strazianti. «Dipende da voi: potete affrontare la verità su voi stessi nella misura grande o piccola che riuscite a reggere. In tribunale si chiede la verità, tutta la verità, nient'altro che la verità. Può essere doloroso, ma secondo me avere una memoria migliore è davvero un vantaggio» osserva Bell. ²¹ In tribunale si potrà anche richiedere la verità, ma perché presupporre che tutto il campo delle interazioni sociali sia uguale al nostro sistema giuridico? Non c'è davvero più spazio per l'inganno nel rapporto che abbiamo con gli altri e con noi stessi? Non potrebbe l'inganno, come il dimenticare, essere utile – se non addirittura necessario – a promuovere una vita moralmente migliore? Come osserva il filosofo David Nyberg, «l'inganno non solo è da tollerare come un'aberrazione talvolta frutto di prudenza in un mondo di verità squadernate; è addirittura una componente essenziale della nostra capacità di organizzare e plasmare il mondo, di risolvere problemi di coordinamento tra individui diversi, di gestire l'incertezza e il dolore, di essere civili e di godere della privacy di cui abbiamo bisogno, di sopravvivere come specie e di prosperare come persone». ²² Lo slancio verso la perfezione, così tipico dei più grandiosi tra i piani soluzionisti, non è in grado di rendere conto di queste complicate sottigliezze della condizione umana.

Inoltre, siamo sicuri che il nostro sistema giuridico funzioni davvero nel modo descritto da Bell? Come fa notare Jean-François Blanchette, studioso di questioni dell'informazione in un'incisiva recensione di *Total Recall*, Bell sembra essersi sbagliato anche a questo riguardo. «Le procedure in tribunale sono regolate da norme complesse in fatto di ammissibilità e di valutazione delle prove, e neanche al più superficiale esame di queste norme può sfuggire che i tribunali, grazie al principio del processo accusatorio, hanno una comprensione sofisticatissima della mediazione tecnologica della prova» scrive Blanchette. ²³ La prova potrà anche essere «vera» – qualunque cosa significhi – e, cionondimeno, essere tralasciata.

«La domanda potrebbe ben essere la seguente: quanta verità riuscite a

reggere?» domanda Bell, in un raro momento filosofico. ²⁴ E offre la sua tipica risposta disinvolta: «Le persone di successo non hanno paura di un resoconto onesto». ²⁵ Altrove lamenta che «alcuni hanno manifestato il timore di poter scoprire cose di sé che preferirebbero ignorare: la deprimente verità potrebbe venir fuori». ²⁶ Come risponde lo strizzacervelli Bell per consolare questi poveri babbei? «Sono peggio dei sovietici, che cancellavano dalla storia quel che non gradivano; questa gente cancellerebbe qualsiasi cosa pur di non scoprire qualcosa di spiacevole.» ²⁷

Si procede così *ad infinitum*. Ecco, per esempio, come si presume che il lifelogging farà di noi persone migliori. «Immaginate come sarebbe se aveste a disposizione un conteggio preciso del tempo che passate con i vostri figli invece del vostro calcolo edulcorato. O di dover riconoscere di essere stati troppo caustici in una conversazione.» ²⁸ Quello di Bell è un mondo in cui nessuno ha bisogno del dare e avere, del compromesso, di fare qualcosa di brutto per evitare conseguenze peggiori. La tirannia dell'autointrospezione da lui propugnata ha come unico effetto quello di spogliare l'esistenza umana della complessità e dell'occasionale irrazionalità, riducendola a un insieme di algoritmi che possono essere ricavati da una manciata di regole morali.

Che noi si possa vivere simultaneamente in più mondi morali ed etici, che questi mondi possano reggersi su legami e principi diversi, che sarebbe da ingenui attendersi da tutti le stesse ambizioni di successo, sono tutte questioni che non sfiorano Bell, il quale crede che possa esistere uno standard universale, un qualche comune criterio, per misurare e confrontare il vostro comportamento come genitori, come amici, come colleghi. Come osserva Michael Walzer nel suo apprezzato studio su ciò che chiama «uguaglianza complessa»,

le società ingiuste producono progetti semplificati, perché si reggono sulla premessa che il successo nella conquista di un bene sociale possa essere convertito in un successo generale ... Una società giusta, al contrario, consente piani di vita complicati [in cui una persona figura] simultaneamente come un padre affettuoso, un operaio qualificato, un cittadino impegnato, un bravo studente, un acuto critico, un fedele membro di una chiesa, un generoso vicino di casa. Senza dubbio, è probabile che la gente si distribuisca secondo questo criterio senza ambire a queste eccellenze. ... è più verosimile che aspiriamo a queste diverse qualità se siamo certi che riconoscimenti intrinseci o almeno diversi siano disponibili per ciascuna di esse – e che nessun singolo riconoscimento sia convertibile in qualche altro. ²⁹

Bell offre un ottimo esempio di progetto semplificato che premia un solo bene sociale – la Verità – a discapito di tutti gli altri. La sua soluzione ideale – una

memoria digitale perfetta e onnicomprensiva – contribuirebbe a promuovere quel bene e, così facendo, darebbe luogo a una società migliore. L'avvertimento di Walzer – secondo cui «una società giusta ... dà luogo a progetti di vita complicati» – svela uno dei problemi fondamentali del soluzionismo di Bell: se ammettiamo che il sé abita molti ambiti e sfere differenti – ed è sempre impegnato a perseguire molti obiettivi tra loro inconciliabili e persino contraddittori – una tecnologia della «verità perfetta» è di poca utilità, perché non possiamo fare a meno di accontentarci di un esito meno che ottimale, e autoingannarci un po' potrebbe anche non essere una strategia malvagia per gestire la situazione.

I propositi di essere genitori amorevoli, lavoratori qualificati e cittadini impegnati sono spesso in contrasto tra loro – non per niente i figli delle persone famose finiscono in analisi –, sicché è da ingenui ipotizzare che noi si possa conciliarli semplicemente calcolando il tempo che trascorriamo con i figli e confrontandolo con il tempo usato per lavorare a quella pionieristica storia dell'antica Grecia o per fare volontariato contro la caccia alle balene. Certo, nella Silicon Valley – dove gli obiettivi tra loro in competizione consistono spesso nella ricerca dello yogurt perfetto, nel sopravvivere a un faticosissimo corso di yoga e nella creazione dell'ennesima start-up – questo potrebbe essere un problema poco sentito, nel senso che la sinergia regna sovrana, e l'attrito non esiste. Purtroppo, però, il resto del mondo non vive così, e Gordon Bell farebbe bene a tener conto di queste differenze.

Madeleine: c'è un'app fatta apposta!

La scarsa sensibilità di Bell per la complessità della condizione umana è solo una parte del problema. Si nota in lui altrettanta confusione sul ruolo – e persino sulla definizione – da dare alla memoria e all'oblio umani. Solo istituendo un'equivalenza quasi perfetta fra memoria informatica e memoria umana Bell può avanzare la sua poderosa argomentazione soluzionista in favore del lifelogging. Ma siamo sinceri: i computer, a voler vedere, non «ricordano» le informazioni, bensì le «immagazzinano». Bell non è certo l'unico a sostenere idee tanto confuse sulla memoria: Kevin Kelly, sulla stessa falsariga, sostiene che «quando l'uso delle telecamere diventa ubiquitario, tutto viene registrato, sempre, dando vita a una consapevolezza e a una memoria collettiva», ³⁰ e questo è un ulteriore incentivo ad approfondire la ragione per cui questo equivoco persiste.

Prima di tutto, l'idea che Bell rivendichi di essere erede di Proust è risibile. «Rivivere la storia della propria vita a un livello di dettaglio proustiano», come

dice Bell, non significa sapere quale fosse la temperatura esatta un certo giorno o poter riprodurre tutti i suoni – forse addirittura gli odori – legati a un dato momento. Proust scrisse (in tono piuttosto liquidatorio) di una «visione cinematografica» che «si allontana tanto più dal vero, quanto più pretende di esservi fedele». ³¹ Il feticismo dei dati che anima il lifelogging farebbe orrore a Proust. Ecco come si esprime nella *Recherche*:

Se la realtà fosse stata questa specie di sottoprodotto dell'esperienza, press'a poco identico per tutti, giacché quando diciamo «brutto tempo», «guerra», «posteggio», «ristorante illuminato», «giardino fiorito», tutti sanno ciò che vogliamo dire; se la realtà fosse questa, basterebbe una specie di film di queste cose, e lo «stile», la «letteratura» che si scostassero da questi semplici dati sarebbero parti accessorie artificiali. Ma era proprio questa la realtà? ³²

Per Proust, la chiave per la descrizione della realtà, passata e presente, non consisteva nel ricercare nuovi dati bensì nel mettere a frutto l'immaginazione collegando i nostri sensi ai nostri ricordi (e ciò spiega, in parte, come mai Proust considerasse il romanzo più adatto a questo scopo rispetto al cinema o alla fotografia). Proust non si arrovellava sulla proverbiale *madeleine* perché gli serviva la ricetta per prepararla e, purtroppo, a quei tempi «Internet» non c'era. Più prossimo alla nostalgia, il suo sentire aveva piuttosto a che fare con l'incapacità di tornare a un mitico passato e meno con il ricordo di dettagli concreti; anzi, si può dire che solo colmando le lacune della narrazione – e rifacendolo ogni volta daccapo – Proust come narratore può recuperare il senso della *madeleine*. Proust era un campione dell'immaginazione narrativa (non numerica!), e perché l'immaginazione possa dispiegarsi, le lacune e le incoerenze sono essenziali.

Svetlana Boym, una studiosa russo-americana che ha scritto sul futuro della nostalgia, ha ragione quando afferma che «la nostalgia ci alletta con la sua fondamentale ambivalenza: ha a che fare con la ripetizione dell'irripetibile, con la materializzazione dell'immateriale». ³³ Se si rimuove questa ambivalenza, se si rende ripetibile l'irripetibile – con il lifelogging, il self-tracking o qualche altra tecnologia moderna – crollerà tutta l'opera di costruzione della nostalgia. Boym individua una fondamentale tensione tra la mentalità salvatutto delle tecnologie digitali e lo stato d'animo che predispone alla nostalgia. Forse anche Gordon Bell ne è consapevole, dal momento che, secondo lui, il lifelogging «renderà certamente disponibile la verità su quel che abbiamo fatto e su quel che è successo intorno a noi, la renderà più chiara, meno offuscata da infingimenti nostalgici». ³⁴ Non gli viene in mente che il «dettaglio proustiano» da lui

celebrato risulta impossibile senza «infingimenti nostalgici»: resta sicuramente il dettaglio, ma di segno totalmente antiproustiano.

Gli scritti del filosofo franco-bulgaro Tzvetan Todorov gettano ulteriore luce su ciò che i geek come Bell e Kelly non capiscono sulla questione della memoria. Come osserva Todorov, la memoria non è l'opposto dell'oblio. È piuttosto il risultato di una complessa interazione tra cancellazione (o smemoratezza) e conservazione, due forze che di continuo tirano le nostre menti in direzioni opposte. La memoria, insomma, è impensabile senza selezione: quando «ricordiamo» un evento, si intende che ne conserviamo alcuni tratti, tralasciandone molti altri. In parte questa operazione avviene istantaneamente, in parte con il passare del tempo e in modo non tanto cosciente. Perciò, afferma Todorov, «si resta perplessi quando l'abilità di immagazzinare informazioni tipica dei computer viene chiamata "memoria", dato che i computer mancano di un aspetto fondamentale della memoria: la capacità di selezionare». ³⁵ In altre parole, la conservazione o l'immagazzinamento di informazioni in assenza di selezione non è memoria, o perlomeno non nel senso in cui usiamo questo termine quando parliamo della condizione umana. Per citare la memorabile frase dell'antropologo francese Marc Augé, «i ricordi vengono sagomati dall'oblio come i contorni della riva dal mare». ³⁶

Una volta chiarita la differenza tra conservazione e ricordo, si può ricostruire in che modo la prima può minare il secondo. Si potrebbe dire che quanto più si preserva, tanto meno si ricorda. Ciò risulterà tutt'altro che sorprendente per chi in vita sua abbia videoregistrato, poniamo, ogni singolo istante di una vacanza in Spagna; a volte, tre fotografie riescono a evocare ricordi intensi più e meglio di duecento ore di filmato. Come osserva il filosofo Björn Krondorfer, «in un'epoca di inflazione della memoria, l'archiviazione e la memorializzazione stessa possono essere viste come una licenza di dimenticare». ³⁷ I decrescenti costi di immagazzinamento e la possibilità di scattare foto e girare video con il proprio telefonino non fanno che accentuare quell'inflazione.

Ove manchi una riflessione su ciò che dev'essere conservato, i dati – per quanto esaustivi – potrebbero ridurre il numero di domande insidiose su quale sia il significato relativo degli eventi registrati: l'enormità dell'archivio potrebbe addirittura nascondere, quel significato. In una certa misura, le organizzazioni che si occupano di coltivare la memoria dell'Olocausto sono già alle prese con questo problema, viste le enormi dimensioni degli archivi di testimonianze dei sopravvissuti. Krondorfer stima che le sei principali istituzioni dedite alla raccolta di queste testimonianze possiedono all'incirca 177.500 ore di registrazioni, l'equivalente di circa vent'anni di visione ininterrotta, otto in più della durata della dittatura hitleriana. Potrebbe anche rappresentare un vero

tesoro per i ricercatori, ma sarà un'impresa difficilissima quella di trasformare una tale massa di materiale in un sistema efficace per ricordare l'Olocausto.

Così come conservare non equivale a ricordare, cancellare non significa dimenticare. È facile ordinare a un computer di cancellare qualcosa: si schiaccia il pulsante `CANC`, ed è fatta. Quando però si tratta di memoria umana, non si dà la possibilità di dimenticare quel che si vuole: non si può dimenticare qualcosa semplicemente proponendosi di non pensarci. Potete cancellare un file da un disco fisso, ma il ricordo di quel file – e della sua cancellazione – potrebbe accompagnarvi per sempre. Bell critica coloro che preferirebbero vivere senza «la verità» su certi eventi, ma questi non chiedono di essere sottoposti a lobotomia o a un intervento meccanico che produca in loro l'amnesia: hanno semplicemente preso consapevolmente la decisione di non voler pensare a certi episodi del loro passato. Possono avere la certezza del successo in questa loro missione? Certo che no, ma che cosa fanno di male queste persone che scelgono di ridurre la propria esposizione a fatti ed episodi capaci di evocare in loro ricordi orribili, magari di abusi subiti nell'infanzia o di uno stupro o della dolorosa rottura di un'importante relazione sentimentale?

L'idea secondo cui noi avremmo il dovere di ricordare sempre le nostre malefatte e le sofferenze che abbiamo patito si fonda su basi morali quantomeno dubbie. Il teologo Miroslav Volf la attacca frontalmente nel suo *The End of Memory*. Secondo Volf, sbagliamo a presumere che il ricordare porti sempre con sé maggiori ricompense morali rispetto al dimenticare. Così scrive: «Mentre serve a proteggere una persona, lo stesso ricordo può ferirne un'altra. Invece di suscitare solidarietà nei confronti delle vittime, può alimentare l'indifferenza e riprodurre i cicli della violenza. Invece di portare al giusto riconoscimento di una cattiva azione, può rafforzare le false autopercezioni e le ingiuste pretese della vittima. Invece di guarire ferite, può causarne di nuove». ³⁸ Oppure potrebbe non avere nessuno di questi effetti, possibilità di cui Volf è perfettamente consapevole. Il punto è che, con buona pace di Bell, non si deve presumere che ricordare sia sempre e comunque la cosa più giusta da fare. Il soluzionismo non può sostituire la riflessione morale: non dovremmo consentire che ci detti soluzioni ritenute giuste solo in virtù della loro facilità.

D'altra parte, non dovremmo accontentarci di facili rimedi e soluzioni neanche riguardo al dimenticare. Se i geek come Bell e Kelly celebrano le soluzioni tecnologiche capaci di liberarci della possibilità di dimenticare, ci sono geek che vogliono rapide soluzioni tecnologiche per favorire il compito di dimenticare. Per esempio, Viktor Mayer-Schönberger, docente di diritto informatico, ritiene che dovremmo costruire tecnologie che ci permettano di apporre una data di scadenza ai file pubblici e privati, per essere certi che

eventuali fotografie o documenti imbarazzanti, tali da metterci a disagio o da causare conflitti sociali, prima o poi si autodistruggano. ³⁹

Questa potrebbe essere una soluzione elegante, ma anche qui c'è poca consapevolezza del fatto che non sempre è opportuno dimenticare. A parte il fatto che, come già si accennava, cancellare un file non equivale a dimenticarlo, è importante tenere a mente che forse, in certe circostanze, il perdono è moralmente preferibile all'amnistia. Nella sua forma tecnologica, il soluzionismo ci priva di importanti conversazioni e riflessioni su ciò che è meglio nei singoli casi; impone la legge morale dall'alto, senza concederci un luogo per mettere in discussione e, se necessario, rivedere le semplicistiche verità morali incorporate nelle tecnologie che lo accompagnano.

Il filosofo Avishai Margalit traccia un'utile distinzione tra il perdono come cancellazione, da lui chiamato «blotting out», e il perdono in quanto correzione («crossing out»). Se volete cancellare qualcosa che avete scritto, ci sono due modi di procedere: potete coprirlo per intero oppure limitarvi a farci una croce sopra, lasciando tracce degli scarabocchi originali. Secondo Margalit, l'immagine della «croce sopra» è «preferibile, sul piano concettuale, psicologico e morale, alla cancellazione totale, [perché] è meglio mettere una croce sul ricordo di un'offesa piuttosto che cancellarlo del tutto». ⁴⁰ La discussione di Margalit è complessa e si fonda sulla filosofia politica e la storia per dimostrare che il vero perdono prevede di ignorare un peccato, non di dimenticarlo.

Se la tecnologia è in grado – magari solo marginalmente, manomettendo le prove fattuali – di aiutarci a dimenticare, non ci è di grande aiuto quando si tratta di perdonare. E non è detto, d'altronde, che il perdono sia desiderabile sempre e comunque: anche qui, occorre indagare, non presupporre. Il soluzionismo non ci libererà dalle difficoltà del processo decisionale per una semplice ragione: la tecnologia non può fornire una risposta semplice a certi ostici dilemmi su ciò che dovremmo ricordare e ciò che dovremmo dimenticare, perché di risposte semplici non ne esistono, quando le domande vengono poste in astratto. Non dobbiamo confondere l'immediata disponibilità di rapidi espedienti tecnologici con la loro desiderabilità morale: quest'ultima è tutt'altro che garantita, e le verità morali apparentemente universali che sottendono tanto il lifelogging quanto i file con scadenza non possono essere date per scontate. I rozzi e artificiali modelli di memoria umana propagandati da fautori della tecnologia come Bell devono essere riconosciuti per quel che sono: mezzi più economici e veloci per l'immagazzinamento di dati.

Se i lifelogger come Gordon Bell cercano di fare proseliti invocando il nostro dovere civico di ricordare, un nuovo movimento geek ci ricorda che abbiamo la responsabilità di consumare informazione in modo coscienzioso e di tener conto del suo valore nutrizionale. Questo gruppo nasce come diramazione dal movimento del Sé Quantificato, ma con un'insolita venatura civica. La speranza, qui, è che il self-tracking e il lifelogging ci rendano più coscienti di quel che quotidianamente leggiamo per aiutarci a modulare di conseguenza i nostri consumi e le nostre abitudini, con o senza la partecipazione delle compagnie tecnologiche che sempre più si frappongono tra noi e il materiale pubblicato.

D'acchito, l'idea sembra alquanto attraente e per nulla controversa. Se si passa troppo tempo sul sito di FoxNews, perché non visitare il sito del «New York Times»? Se leggete soltanto notizie su Justin Bieber, perché non ricevere gli ultimi aggiornamenti sulla cantante lirica Anna Netrebko? Se siete dei fanatici dell'ultimo iPhone, perché non approfondire l'ultimo caso discusso davanti alla Corte suprema? In passato, quando tutti usavamo la carta, era difficile misurare quel che si leggeva; certo, c'erano le ricerche di mercato, e alcuni di noi avevano la scheda personale in biblioteca, ma in generale l'unico modo che avevamo per monitorare le nostre abitudini di lettura consisteva nel prender nota di ogni testo su un diario.

La mancanza di statistiche sulla lettura non è più un problema, grazie alla proliferazione di intermediari digitali. I nostri iPhone, iPad, Kindle e, tra poco, il Project Glass di Google sono in grado di riconoscere quel che leggiamo e persino di misurare l'attenzione che prestiamo a ogni singolo articolo. Nel prossimo futuro, quando sugli schermi sarà incorporata una telecamera rivolta verso l'utente, sarà facile seguire il movimento dei nostri occhi e forse persino adeguare di conseguenza i contenuti. Apple ha già richiesto un brevetto per un'interfaccia tridimensionale di tracciamento dei movimenti oculari (*eye-tracking*). I software di *eye-tracking*, prodotti dalla società danese The Eye Tribe, arriveranno presto sui tablet e gli smartphone e ci consentiranno di gestire le macchine con il solo sguardo; il video di un prototipo sul sito web della società danese dimostra quanto sarà facile giocare a videogame molto popolari come Fruit Ninja senza usare le mani. ⁴¹

L'applicazione più interessante di questa tecnologia, però, non risiede in un migliore utilizzo di un dato gadget, bensì piuttosto nella raccolta di nuove informazioni sull'utente. Secondo John Villasenor, docente di ingegneria alla University of California di Los Angeles, l'*eye-tracking* consentirà alle agenzie di marketing e alle società editoriali di porre una gran quantità di interessanti domande: «Il nostro sguardo ha forse indugiato per alcuni secondi su una pubblicità su cui, alla fine, abbiamo deciso di non cliccare? Come si muovono i

nostri occhi per prendere visione dei contenuti di una pagina? Ci sono parole, frasi o argomenti che preferiamo incontrare o evitare?». ⁴²

In questo contesto, lo slancio soluzionista appare quanto mai naturale: ora che la tecnologia ci consente di monitorare sia quel che leggiamo sia come lo leggiamo, è forte la tentazione di elaborare un sistema di misurazione capace di valutare se l'informazione che consumiamo sia nutriente o meno, e di reimpostare di conseguenza le nostre abitudini informative. Clay Johnson, un tempo alla Sunlight Foundation, è colui che con più forza sostiene la bontà di questo approccio nel suo libro *The Information Diet*, dove stabilisce un legame diretto tra il mondo delle diete e quello del consumo di informazione. La tesi di Johnson è relativamente chiara e semplice: «Così come una dieta povera è causa di una quantità di malattie, anche le diete informative povere sono all'origine di nuove forme di ignoranza – un'ignoranza che deriva non da una carenza di informazioni, bensì da un consumo eccessivo – e di malanni e illusioni che colpiscono non chi è poco informato, bensì chi lo è troppo, chi possiede un'istruzione di buon livello». ⁴³

Una volta appurato che soffriamo davvero di obesità informativa, Johnson vuole che prendiamo in mano la situazione e cominciamo a monitorare le nostre abitudini informative quotidiane. Come con il cibo, dobbiamo cominciare a prestare attenzione a quel che consumiamo. «Il primo passo consiste nel capire che una scelta è possibile» scrive Johnson. «Per poter vivere una vita sana, le nostre abitudini di consumo informativo devono passare da una sorta di zapping passivo, che si svolge sullo sfondo, a una scelta consapevole che ci rende protagonisti.» ⁴⁴ A questo scopo, dunque, il monitoraggio e il self-tracking assumono una loro grande utilità.

Come si è visto in precedenza, le nostre malattie nascono, in genere, da una combinazione di fattori, tra i quali l'alimentazione. Molti studi hanno dimostrato che chi è sovrappeso e, ciononostante, ha una vita fisicamente attiva corre meno rischi di ammalarsi rispetto a chi è magro ma fisicamente inattivo. Ma se anche si vuole circoscrivere il discorso alla sola alimentazione, non si può non capire che per andare a comprare frutta e verdura dal contadino ci vogliono un'auto e tanta benzina, e non tutti se le possono permettere, nonostante il desiderio di condurre una vita sana.

Come dimostra Greg Critser in *Fat Land: How Americans Became the Fattest People in the World*, la facilità di accesso al cibo sano è in relazione con il ceto di appartenenza e il reddito. «I poveri ... conducono una vita più episodica rispetto ai più ricchi. Saranno più esposti ai disservizi del sistema sanitario, all'incostanza nel reddito. Per il cibo e la possibilità di acquistarlo vale lo stesso discorso: periodi in cui ci si sente ricchi, altri in cui la dispensa è quasi vuota.

L'impulso porta a mangiare finché ce n'è, dato che il domani è, nel migliore dei casi, un obiettivo incerto». ⁴⁵ Appena cominciamo a tener conto di fattori strutturali come la povertà e la disuguaglianza dei redditi, l'obesità si offre a un insieme di soluzioni molto diverse da quelle che valgono se la si definisce come mera mancanza di responsabilità individuale o di conoscenze in materia di alimentazione.

Analogamente, l'adozione di una dieta informativa leggera ma nutriente può sembrare cosa facile, ma nella realtà non è un'opzione alla portata di tutti. Che cosa prescriverebbe una dieta del genere? Forse, per cominciare, dovrete dedicare qualche settimana alla ricerca di gente interessante su Twitter, per poi seguire i loro feed sul vostro tablet utilizzando una panoplia di brillantissime app come Flipboard o Zite. Forse sarà il caso di procurarvi abbonamenti alle edizioni Kindle di «New York Times», «Wall Street Journal», «Financial Times», «Economist» e di una dozzina almeno di altre pubblicazioni. Sarebbe utile anche investire in software a pagamento in grado di suggerirvi dei link che magari vi sono sfuggiti, oscurando quelli che avete già visto. Per soddisfare le esigenze di questo elenco non certo esaustivo servirà almeno una delle due cose seguenti: tempo e denaro. Se non avete né l'uno né l'altro, finirete probabilmente per adottare una dieta informativa ad alto contenuto di grassi, attingendo ad aggregatori come Gawker, TMZ o Huffington Post. Non basta sapere che il «Wall Street Journal» è più nutriente di TMZ per veder comparire nelle proprie tasche i 21,62 dollari che servono per un abbonamento mensile tramite Kindle. Se non potete permettervi un iPad, non potrete usare Flipboard, per quanto utile possa essere.

Come per l'alimentazione, se riformulassimo il problema dell'obesità informativa in termini più ricchi e strutturali, finiremmo probabilmente per dare la priorità a un insieme di soluzioni assai diverso. Forse saremmo più inclini a investire risorse nella riforma dei media e nel garantire l'accesso alle risorse esclusivamente digitali attraverso le biblioteche pubbliche, anziché invitare la gente a monitorare le proprie letture. In un mondo ideale, ovviamente, dovremmo fare tutto quel che si prescriveva sopra, ma nel mondo reale le nostre risorse sono limitate, e noi siamo costretti a operare scelte e ad accettare compromessi.

Si direbbe che per Johnson il progetto di riformare i media attraverso l'azione collettiva possa coesistere felicemente con quello di approfondire la comprensione delle nostre pratiche di consumo mediante il self-tracking: le due cose procedono su due binari separati che si intersecano poco o per nulla. «Le corporation che producono algoritmi di personalizzazione dovrebbero forse introdurre dei cambiamenti per bucare la bolla filtrante del lettore? ...

Senz'altro, ma i lettori dovrebbero prendersi la responsabilità delle loro azioni e fare uno sforzo per adottare una dieta responsabile e non omogenea» afferma Johnson. ⁴⁶ Forse questa insistita sottolineatura della responsabilità personale e della salvezza individuale deriva dalla vena protestante che Chris Kelty intravede nella mentalità dei geek.

L'inconveniente di questa retorica della «dieta informativa» sta nella caratterizzazione del cittadino come consumatore passivo, cui non si può chiedere di intromettersi nelle complesse materie della riforma dei media e delle politiche dei governi. Di fatto, si invita il consumatore non a battersi per un'espansione dell'informazione pubblica o a mobilitarsi perché sia vietata la pubblicità negativa, bensì a optare per una soluzione più logica: se il sito web che si sta consultando è troppo poco nutriente, forse conviene cambiare sito. Se Johnson fosse uno di quegli automi destorsi in guerra contro il settore pubblico, una tale posizione sarebbe comprensibile, se non addirittura perdonabile. Johnson, però, può vantare credenziali di sinistra inattaccabili, essendo tra i fondatori di Blue State Digital, il nuovo gigante nel campo della consulenza sui media che ha contribuito all'elezione di Obama nel 2008.

Certo, Johnson obietterebbe che il monitoraggio della dieta da lui proposto non sarebbe un sostituto, bensì un complemento dell'impegno politico e civile. Può darsi, ma Johnson, com'è tipico dei teorici geek, non fa il minimo sforzo per collocarci nel contesto dei media vero e proprio, tra le strutture di potere esistenti e l'economia politica. Quali saranno le imprese nei settori della tecnologia e dei media che abbracceranno l'idea di valutare l'ambiente mediatico da un punto di vista dietologico? E quali, invece, se ne asterranno? Facebook e Google apprezzeranno forse questo progetto perché fornirà loro l'ennesimo argomento a giustificazione del loro già eccessivo monitoraggio degli utenti? O lo contrasteranno perché i social media apporteranno meno punti nutrizionali in confronto ai giornali? E la pagina dei commenti del «Wall Street Journal» avrà le stesse «calorie informative» delle sue pagine di notizie? E i follower di Glenn Beck acquisteranno meno calorie se lo consumano in televisione anziché online?

Le idee non sono verdure. Chiunque abbia mai mangiato un cocomero può ragionevolmente prevedere che mangiarne due non costituisca una minaccia per la salute: non c'è neanche bisogno di assaggiare il secondo cocomero per giungere a questa conclusione. Il fatto che un'idea sia impacchettata in una conferenza TED – Johnson, probabilmente, collocherebbe queste conferenze tra le fonti nutrienti e a basso contenuto calorico – non la trasforma automaticamente in una buona idea: se ne potrà stimare il valore nutritivo solo dopo aver ascoltato la conferenza (o letto la trascrizione) e collocato l'idea ivi espressa nel più ampio contesto intellettuale formato da molte altre idee. Fare un calcolo approssimativo

delle «calorie» di un'informazione sulla base della sua provenienza potrebbe impedire ad altre idee importanti e contrarie – provenienti da fonti piccole o marginali – di entrare nel dibattito pubblico con la risonanza che meritano.

Le idee, a differenza dei cocomeri, acquistano significato solo in relazione ad altre idee, e questo significato stesso è sempre in divenire, non lo si può catturare – e neppure scorgere – da lontano. Presumibilmente, se si considerano le idee alla stregua di memi – come molti geek sembrano smaniosi di fare – sarebbe possibile ricostruire la loro genealogia e vedere a chi altri sono piaciute prima ancora di conoscerne il contenuto. Questo tipo di avallo autorevole non significa granché: Martin Heidegger, forse il più grande filosofo del XX secolo, ha prodotto molte idee brillanti, ma era anche un nazista convinto.

Come si è già osservato, l'adozione di indicatori quantitativi come il conteggio delle calorie o l'indice glicemico in dietologia può facilmente sfociare in un'ideologia del nutrizionismo, soprattutto se si perde di vista quel che rende gustosa e ricca l'esperienza del mangiare. Non è affatto certo, però, che il consumo di informazione sia riconducibile a indicatori del genere. La gente che secondo Johnson consuma l'equivalente del cibo-spazzatura, probabilmente pensa la stessa cosa a proposito di quel che consuma Johnson. Il *Jerry Springer Show* sarà spazzatura; i video dei gattini anche; le trasmissioni radiofoniche di Alex Jones, teorico del complotto, saranno spazzatura, ma il loro pubblico raramente li considera tali, e la fazione di Johnson non potrà lanciare facili appelli retorici all'autorità della scienza e della medicina. Nessuna scienza è in grado di dimostrare che il *Jerry Springer Show* è per qualche aspetto «meno nutriente sul piano intellettuale» di *60 Minutes*.

Ciò che per Johnson e i suoi simili qualifica il «Jerry Springer Show» e Alex Jones come cibo-spazzatura non è il fatto che vengano consumati in quanto tale, bensì il fatto che il loro consumo riduce il consumo delle «cose davvero importanti», che si tratti di notizie sulla Corte suprema o sul «signore della guerra» Joseph Kony. Con tutta la sua presunta radicalità, questa è una critica piuttosto tradizionale del modo in cui il pubblico ripartisce la propria attenzione tra le varie notizie. Nella sua forma più semplice, questa critica presume che i cittadini debbano aspirare all'onniscienza e provare a tenersi informati su tutto quel che succede nel mondo. Purtroppo, però, i criteri con cui i cittadini dovrebbero stabilire le proprie priorità non è mai specificato; ci si attende da loro che in qualche modo si mantengano vigili e tengano d'occhio un po' tutto.

Questo, naturalmente, non è l'unico modello di impegno possibile per un cittadino – ci sono altri modi di concepire la cittadinanza responsabile senza presupporre l'onniscienza – ma imbozzolato nel linguaggio della quantificazione, del self-tracking e della responsabilità individuale, viene

presentato come l'unica verità oggettiva e assoluta. Ancora una volta, ci imbattiamo in uno dei più gravi pericoli insiti nel soluzionismo: gli ingegneri sociali, invaghiti delle possibilità offerte da «Internet», non pensano più che i loro problemi siano da far risalire a una molteplicità di soluzioni e riforme controverse, in competizione tra loro. Accecati come sono dall'internet-centrismo, si adagiano su qualsiasi soluzione sembri conformarsi al malinteso spirito di «Internet».

Fantasmî e sacchi a pelo

Walter Lippmann, nel suo fondamentale *The Phantom Public* (1925), delinea un modello di impegno pubblico assai diverso e più realistico, un modello che, nonostante i molti sforzi compiuti in seguito per screditare l'autore in quanto tecnocrate autoritario, appare ancora oggi assai promettente. La premessa della teoria di Lippmann è semplice: i cittadini non possono essere – e non diventeranno – onniscienti né tantomeno onnicompenti. Nessuna tecnologia, nessuna azione politica – in democrazia, perlomeno – può mutare questo dato di fatto. «[Il cittadino] non può sapere sempre tutto di tutto, e mentre esamina una cosa altre cento si trasformano profondamente» sostiene Lippmann. «A meno che egli non trovi qualche motivo razionale per concentrare la propria attenzione dove sarà più giusto, e in un modo compatibile con il suo equipaggiamento necessariamente amatoriale, [il cittadino] sarà confuso come un cucciolo di cane che cerchi di leccare tre ossa alla volta.»⁴⁷ Stando a Lippmann, pochi teorici hanno proposto validi criteri per preferire un'opzione all'altra, e in assenza di tali criteri non si capisce perché, per i cittadini comuni, la Corea del Nord dovrebbe essere più importante dell'Iran, o la deforestazione più importante della scarsità di risorse idriche. Certo, ci sono temi su cui i cittadini alzano la voce e si uniscono: quando ciò accade si ha la formazione di un pubblico. Per Lippmann è inutile parlare del «pubblico» come di un'entità monolitica ed eterna dagli interessi fissi e chiaramente definiti. Quando invece esplode una controversia, e un gruppo di cittadini si raccoglie intorno a una certa posizione, è il momento buono per pensare ai modi migliori di approfittare del coinvolgimento dei cittadini, anche perché i vecchi modi istituzionali di risolvere il problema non sono più sufficienti (altrimenti, non ci sarebbero state tensioni né motivi per l'emersione di questo pubblico).

Uno dei vantaggi del punto di vista di Lippmann sui pubblici in formazione – in quanto contrapposti a un qualche pubblico già dato ed esistente – sta nel fatto che ci permette di occuparci delle condizioni materiali (e, oggi, anche virtuali) in cui si forma.⁴⁸ Per tornare a un esempio usato in un precedente capitolo, Twitter

può consentire la formazione di pubblici molto diversi a seconda di come sceglie gli argomenti che devono entrare nella classifica di Trends. In altre parole, che Twitter valuti la popolarità in base al solo volume del traffico oppure al numero di cluster che partecipano al dibattito o, ancora, all'intensità del dibattito stesso all'interno dei singoli cluster, finirà per influenzare il tipo di pubblico che emergerà, il modo in cui questo si autoalimenterà e i fattori di condivisione. In sintesi, Lippmann si propone di mostrare che i pubblici sono entità fluide, dinamiche e potenzialmente fragili, che non si limitano a scoprire questioni di rilievo esistenti «in natura», bensì stabiliscono, attraverso la negoziazione, quali siano le questioni da definire e articolare; le questioni creano i pubblici tanto quanto i pubblici creano le questioni (una ragione di più per prestare maggiore attenzione alle infrastrutture comunicative che usano).

Ancora più importante, però, è che secondo Lippmann questo modo di pensare i pubblici darà luogo ad azioni più efficaci, perché «fa economia dell'attenzione degli uomini in quanto membri del pubblico e chiede loro di fare il meno possibile in ambiti in cui non sanno fare nulla tanto bene. Circoscrive lo sforzo degli uomini, quando formano un pubblico, a ... un ambito che coincide con i loro principali interessi in un dato problema sociale, ossia a un intervento capace di ridurre il problema e di consentire loro di tornare ai rispettivi affari». ⁴⁹ In breve, preferisce che i cittadini facciano qualcosa bene, anziché fare tutto male.

È molto facile – e per alcuni irresistibile – liquidare Lippmann come sostenitore di una sorta di disfattismo politico di anguste vedute: certo, anche se sono in pochi a curarsi dei cambiamenti climatici, possono esserci ottime ragioni per coltivare questo interesse. A una lettura più ravvicinata, però, tali critiche risultano fuori bersaglio. I progetti di formazione pubblica e di educazione civica possono andare di pari passo. In questo senso, i cittadini possono poco alla volta imparare a dare il giusto peso ai problemi posti, per esempio, dai cambiamenti climatici, dando al contempo vita a pubblici che ambiscono a riformare il sistema in base al quale ha luogo l'educazione sui cambiamenti climatici. Altri pubblici si formeranno per sostenere che il cambiamento climatico è meno importante della crisi finanziaria e così via. Da questa lettura, Lippmann risulta essere tutto meno che un tecnocrate: certo, riconosce l'importanza di delegare la competenza, ma ritiene che le precise condizioni in cui questa delega avviene possano e debbano essere soggette a un costante riesame.

Il socio-mediologo Michael Schudson, trapiantando alcuni temi lippmanniani nel campo dei media contemporanei, ha offerto una critica interessante di quello che lui chiama «saccopelismo politico». A molti di noi piace andare ad accamparci sui monti e provvedere personalmente, per qualche giorno almeno, ai

nostri bisogni. Finita la vacanza, però, ce ne torniamo allegramente a casa, accendiamo il gas, compriamo un pollo confezionato e beviamo latte pastorizzato. Non depuriamo l'acqua che beviamo, ma confidiamo che siano i fornitori metropolitani dell'acqua a farlo in nostra vece. Deleghiamo compiti alle tecnologie. «Perché, allora, nella vita pubblica ci aspettiamo che le persone si comportino da saccopelisti politici?» si domanda Schudson.⁵⁰ Perché pretendiamo che i cittadini si occupino di ogni singola questione al mondo, come se l'idea stessa di delega potesse compromettere la nostra democrazia?

Queste, per Schudson, sono pretese poco realistiche: «Le persone potrebbero trarre piacere dalla conoscenza dei rudimenti dell'informazione politica, così come si divertono a sviluppare capacità di sopravvivenza nella natura». E conclude: «Se ne può trarre piacere, può derivarne un vantaggio sociale, si può accrescere la propria stima sociale sapendone più di altre persone della propria cerchia. ... La maggior parte delle persone, però, non avrà questa inclinazione. ... Non possiamo e non dovremmo essere dei saccopelisti politici»,⁵¹ per poi invocare «una qualche distribuzione, fra le persone e nei vari ambiti, degli impegni cognitivi previsti dall'autogoverno».⁵²

La disamina di Schudson, però, non rende pienamente giustizia a Lippmann e al suo vecchio sparring partner John Dewey (che, in realtà, era d'accordo con Lippmann su molte questioni). Entrambi prestavano molta più attenzione ai vincoli e alle opportunità del mondo materiale – il gas, la griglia per il pollo, il pentolino del latte – e sostenevano che questa infrastruttura materiale della vita quotidiana dovrebbe essere soggetta a revisione, alla discussione e a quella che Dewey chiamerebbe «indagine». Il cambiamento climatico potrebbe essere il prezzo che dobbiamo pagare per aver dato troppo a lungo per scontata la nostra cucina a gas. Il saccopelismo va benissimo, purché si abbia anche la possibilità di non praticarlo. «Nessuna delega senza riflessione»: questo potrebbe essere il grido di battaglia di Dewey e Lippmann. Nel contesto politico, i cittadini dovrebbero sì delegare gran parte delle questioni ai rappresentanti eletti e ai controllori dei media, ma l'infrastruttura digitale, che è così importante per trasformare i cittadini in pubblico ogni volta che un problema non può essere gestito dalle istituzioni esistenti, non dovrebbe mai essere data per scontata. Come abbiamo visto, un insieme di decisioni progettuali potrebbe darci un Twitter molto diverso e, di conseguenza, pubblici molto diversi fra loro.

Questo potrà sembrare un dibattito arcano e altamente teorico, che ha ben poco a che fare con l'odierna cultura digitale. Ma non è così. Quasi un secolo dopo l'uscita di *The Phantom Public*, il pensiero di Lippmann è ancora ignorato dai guru della tecnologia (per non parlare dei teorici della democrazia), secondo i quali i cittadini dovrebbero aspirare all'onniscienza e quindi hanno bisogno di

informarsi su tutto ciò che succede nel mondo. Questa, naturalmente, è una tragedia intellettuale, ma c'è un altro motivo di preoccupazione legato al revival del soluzionismo, che offre l'allettante opzione di «aggiustare» i cittadini una volta per tutte. Come abbiamo detto, un nuovo insieme di intermediari digitali consente di intervenire, al fine di promuovere una dieta informativa migliore, più sana e più variata, sul modo in cui consumiamo informazioni. Questa manipolazione era difficile da realizzare con i giornali e la televisione, perché questi media avevano come target un pubblico di massa; con gli occhiali di Google e gli ultimi e-reader, il cui approccio è altamente individualizzato, diventa finalmente possibile. Affidandosi alle spinte gentili e ad altri espedienti analoghi, si potrebbe riuscire improvvisamente a suscitare nella gente l'attenzione per l'Africa o la Corea del Nord.

Inizialmente, questo genere di proposte si sviluppava nel tentativo di accrescere la «serendipità», ritenuta perennemente esposta all'attacco delle tecnologie digitali. In questo senso, nel suo *Filter Bubble* Eli Pariser scrive che «gli ingegneri ... possono risolvere il problema della serendipità progettando sistemi di filtraggio ... che espongano le persone ad argomenti che esulano dalla loro normale esperienza». ⁵³ Come funzionerebbe, di preciso? Pariser vuole che le società di Internet forniscano attivamente contenuti che, come loro sanno, voi non avete consumato ma che, secondo loro, dovrete consumare. «Se Amazon ha l'impressione che voi siate lettori di romanzi polizieschi,» scrive «potrebbe attivamente proporvi libri di altri generi.» ⁵⁴

Si consideri ciò che questo aggiustamento comporta. Farlo male è facile: basta pescare a caso tra gli articoli in vendita e suggerirli ai clienti. Nessuno, però, seguirebbe questo criterio: sarebbe vista come un'ulteriore forma di spam. D'altro canto, farlo bene costringerebbe le imprese a raccogliere sui clienti ancora più dati, tanto che la ricerca di una serendipità programmata può semplicemente trasformarsi nell'ennesimo pretesto, per Facebook e Google, di raccogliere altre informazioni e affinare i propri algoritmi. Ancora più inquietante è il fatto che ciò comporta la delega alle imprese tecnologiche di un ruolo sempre più rilevante nella vita pubblica, in una fase in cui hanno dimostrato di non avere il minimo rispetto delle responsabilità che già hanno. Aspettarsi che la Silicon Valley abbracci responsabilmente livelli così elevati di paternalismo culturale appare prematuro.

Cosmopolitismi falsi e immaginari

La smania soluzionista per l'intervento tecnologico è ancora più pronunciata quando si passa all'ambito delle notizie dall'estero, il cui scopo non è quello di

promuovere la serendipità, quanto piuttosto trasformare ogni cittadino nella copia esatta di Nicholas Kristof, con il suo variegato guardaroba di preoccupazioni globali. Ethan Zuckerman, fondatore del sito di blogging Global Voices, sostiene che noi viviamo in un'epoca di «cosmopolitismo immaginario» – in cui «Internet», a dispetto delle diffuse credenze, non sta affatto avvicinando tra loro le nazioni e i popoli – e che «gli architetti degli strumenti di Internet [dovrebbero far propria] la battaglia per contribuire ad ampliare le visioni del mondo». ⁵⁵

Come si può fare? Zuckerman offre un paio di esempi in un provocatorio saggio pubblicato sul «Wilson Quarterly» nell'aprile 2012. «Facebook è già in grado di notare che avete chiesto senza successo l'«amicizia» a un ex compagno di liceo e tenta di mettervi in contatto con lui. Potrebbe andare in cerca di sconosciuti che, in Africa o in India, condividono i vostri interessi e cercare di farvi fare conoscenza.» ⁵⁶ Anche i motori di ricerca possono svolgere un ruolo, osserva Zuckerman. «Google registra tutte le ricerche che fate, per potervi sottoporre pubblicità più mirate. Potrebbe usare le stesse informazioni anche per aiutarvi a scoprire contenuti interessanti su argomenti che non avete mai esplorato, aggiungendo un motore di serendipità alle sue già mirabili funzioni di ricerca.» ⁵⁷ Dopo essersi domandato come mai gli ingegneri non stiano costruendo questi strumenti, Zuckerman ipotizza che «forse stanno aspettando che noi dimostriamo di volerli e di essere pronti a usarli». ⁵⁸ Secondo questa lettura, Lippmann si sbagliava: siamo sempre stati, potenzialmente, dei cosmopoliti onniscienti; solo che non avevamo mai avuto gli strumenti per sviluppare appieno quelle tendenze. Ora che abbiamo gli strumenti, possiamo confidare nella Silicon Valley per scatenare il nostro Nicholas Kristof interiore.

Zuckerman, purtroppo, offre ben poche prove a sostegno del fatto che noi aspireremmo a discutere di interessi comuni con sconosciuti che stanno in Africa o in India. Certo, ne sono state scritte di fanfaronate su «Internet» e sulla sua capacità di costruire ponti e creare connessione tra le nazioni. In questo senso, Zuckerman ha ragione: c'è in giro troppo «cosmopolitismo immaginario». Lo stesso Zuckerman, però, opera sulla base di una serie di miti quando pensa che la ragione per cui gli abitanti dell'Idaho ancora non parlano con i cittadini indiani – se non quando vengono tenuti in attesa da un call center di Bangalore – stia nell'ostacolo finora frapposto dalla tecnologia. Mentre altri esperti di tecnologia coltivano illusioni sulla natura cosmopolitica di «Internet», Zuckerman si illude sulla natura cosmopolitica – a livello di fattibilità e desiderabilità – dell'essere umano in quanto tale. Il suo è un cosmopolitismo immaginario ancora più nocivo, perché ritiene che «Internet» non ci abbia trasformato tutti in xenofili con sufficiente rapidità. Dunque, solo mettendo mano al funzionamento di

«Internet» questo processo di xenofilizzazione potrà essere accelerato.

Le compagnie di Internet sono anche loro favorevoli a questa xenofilizzazione? Eric Schmidt, di Google, crede che noi viviamo già in un mondo postcosmopolitico. Una delle cose fondamentali da lui imparate lavorando a Google è che «la gente è uguale dappertutto». ⁵⁹ Pertanto, prosegue Schmidt, «il modo più semplice per far funzionare il mondo consisterebbe nel riconoscere che l'altra gente, le altre razze, le altre culture, la gente che non parla la nostra lingua tiene all'incirca alle stesse cose cui teniamo noi. Lo sappiamo perché possiamo dimostrarlo». ⁶⁰ E lo dimostreranno sicuramente, senza mai darsi la pena di chiedersi se Google stesso non sia in gran parte responsabile dell'omogeneizzazione globale che Schmidt attribuisce a cause naturali o se esistano altri modi di esprimere le diversità culturali non facilmente afferrabili con una ricerca su Google. D'altra parte, se siamo tutti uguali – e perché non dovremmo, dato che il mondo è piatto? – forse non c'è bisogno di alcun intervento cosmopolitico. Schmidt, a quanto pare, non sarebbe minimamente smosso dalle argomentazioni di Zuckerman.

Mark Zuckerberg di Facebook, da parte sua, è forse un po' più aperto a questi suggerimenti. In una delle sue più straordinarie dichiarazioni pubbliche, ha detto che le ostilità in Medio Oriente non «vengono dall'odio profondo di qualcuno», bensì «dalla mancanza di connessioni e di comunicazione, dalla mancanza di empatia e di comprensione». ⁶¹ Zuckerberg ritiene che se solo fossimo tutti connessi, se solo Facebook fosse disponibile ovunque e tutti avessero un account, non ci sarebbe nessuna incomprensione, e tutte le guerre avrebbero fine. I comunicati stampa di Facebook sono pieni di questo pseudoumanitarismo: «Rendendo possibile la connessione e condivisione delle proprie idee in modo semplice per le persone con diversi background, possiamo diminuire i conflitti nel mondo a breve e lungo termine». ⁶² Israele e Palestina, secondo questa logica, finiranno per firmare un accordo di pace su Facebook, che ha manifestato la disponibilità ad accogliere nel «cyberspazio» iniziative tra le due parti. ⁶³

Zuckerman e Zuckerberg, nonostante le loro evidenti differenze di metodo, credono entrambi che una tecnologia migliore potrebbe – e dovrebbe – sradicare l'incomprensione reciproca tra gli umani, rimuovendo dalla comunicazione imperfezioni che costano care. Questa visione non è nuova; anzi, possiede un pedigree di tutto rispetto. Lo storico dei media John Durham Peters ha proposto la critica più persuasiva a questa visione nella sua storia dell'idea stessa di comunicazione, *Speaking into the Air*. ⁶⁴ Come Peters e altri storici hanno sottolineato, quasi tutte le nuove invenzioni vengono accolte con la grande speranza che possano promuovere la comprensione tra gli esseri umani. Ecco alcuni esempi. Nel 1852 il saggista Michael Angelo Garvey predisse che, grazie

allo sviluppo dei trasporti su strada, le divisioni tra le nazioni sarebbero scomparse, e tutti gli umani avrebbero in breve parlato la stessa lingua. ⁶⁵ Nel 1889 Lord Salisbury affermava che il telegrafo aveva «unito quasi simultaneamente ... le opinioni di tutto il mondo intelligente riguardo a tutto ciò che succede sulla faccia della Terra». ⁶⁶ Alla fondazione della International Telegraph Union, nel 1865, il ministro degli Esteri francese si esercitava su temi molto zuckerberghiani: «Se è vero che la guerra ... nasce dall'incomprensione, non stiamo forse rimuovendo, qui, una delle sue cause, facilitando lo scambio di idee tra le persone e mettendo a loro disposizione un sistema di trasmissione così sconvolgente ... che permette un dialogo rapido e ininterrotto tra i membri sparsi della famiglia umana?». ⁶⁷

Il XX secolo ha prodotto ulteriori proclami del genere all'avvento di ogni nuova tecnologia. Nel 1913, in una lettera al direttore di «Scientific American» si annunciava che le scoperte di Marconi avrebbero consentito «la comunicazione ... a volontà, in qualsiasi momento, tra esseri umani separati da grandi distanze» senza necessità di un grande apparato tecnico. ⁶⁸ Meno di dieci anni dopo, un articolo pubblicato su «Collier» salutava la radio come un «potente fattore di civilizzazione», che avrebbe «diffuso la cultura dappertutto», portando «comprensione reciproca in tutti gli ambiti del paese, rendendo omogenei i nostri pensieri, i nostri ideali, i nostri obiettivi e facendo di noi un popolo forte e compatto». ⁶⁹ E se era in grado di fare questo all'interno di una nazione, figuratevi che cosa avrebbe potuto fare per il mondo. Scrivendo nel 1915 dell'«era delle immagini», Jack London proclamava che «il tempo e la distanza sono stati annullati dalla magica pellicola per unire tutti i popoli del mondo». ⁷⁰

La rassegna potrebbe proseguire fino ai nostri giorni, con proclami entusiastici sull'immenso potenziale cosmopolitico della televisione, dell'energia nucleare, del fax. Pertanto, l'esaltazione riguardo al potenziale che «Internet» avrebbe di trasformarci tutti in cittadini del mondo è facile da comprendere. Qui, però, il nostro dibattito non dovrebbe esaurirsi in questioni di fattibilità: dovremmo discutere anche di desiderabilità.

Come fa notare Peters, potrebbe essere un errore pensare che comunicazioni migliori, più rapide e più economiche risolveranno il problema della comunicazione, se non altro perché l'incomprensione potrebbe essere un tratto immutabile della condizione umana e, forse, non senza valide ragioni.

«L'invio di messaggi chiari» scrive Peters «potrebbe non favorire relazioni migliori; forse il nostro gradimento reciproco diminuisce quanto più ci comprendiamo a vicenda. ... La “comunicazione” si presenta come una soluzione semplice per problemi umani estremamente ostici: linguaggio,

finitezza, pluralismo». ⁷¹ Si tratta di false speranze: non esistono soluzioni rapide per questo tipo di problemi, perché le loro radici non affondano in un sistema di trasmissione difettoso, bensì in finalità, valori e interessi divergenti. Questo divario, a volte, non può essere colmato dal solo dialogo: è necessaria una qualche forma di azione politica. Per tornare alla citazione di Peters posta in esergo a questo capitolo, un soluzionista pensa che migliori mezzi per le comunicazioni risolveranno il problema della comunicazione; un antisoluzionista, invece, riconosce che quel «problema della comunicazione», con tutta probabilità, non è neanche qualificabile come problema.

La tecnologia moderna può sicuramente facilitare gli incontri tra sconosciuti di continenti diversi. Il self-tracking, combinato con le spinte gentili più o meno evidenti incorporate nei motori di ricerca e nei social network, potrebbe riuscirci, ammesso che i siti più popolari siano così stupidi da proporre link a oscuri articoli sull'andamento dell'AIDS in Sudafrica quando le foto di Justin Bieber fanno aumentare il traffico sul sito e, quindi, gli introiti pubblicitari. Ma anche tralasciando queste considerazioni economiche, non è chiaro il criterio con cui siti come Google e Facebook dovrebbero procedere per stabilire su quali temi sensibilizzare i propri utenti. Perché suggerirvi contatti in Africa e in India e non piuttosto in America Latina o in Cina? Perché spingere perché si sappia di più sulla situazione in Sudan e non su quella dell'Ossezia del Sud? Perché indirizzarvi su un sito che parla di Costa Rica e non di Costa Brava? Più in generale, perché la scelta dovrebbe vertere su nazioni e zone geografiche? Chi dice che la situazione politica del Madagascar è più importante dell'etica della clonazione o che il futuro del governo in Ungheria ha più rilevanza della diffusione degli steroidi nello sport?

Zuckerman crede che le imprese tecnologiche possano, prendendo a prestito la memorabile formula di Lippmann, portare i cittadini «a fare una gita turistica tra i problemi del mondo», ma non spiega mai nel dettaglio in che modo l'itinerario verrà deciso. Lippmann è qui utile per un altro motivo, perché in sostanza Zuckerman vuole che le piattaforme digitali – in precedenza relegate al ruolo di infrastruttura – non solo determinino, alla maniera di Twitter, la composizione delle nicchie di pubblico, bensì contribuiscano attivamente a crearle, attirando l'attenzione su questioni che queste piattaforme considerano importanti.

In un certo senso, questi tentativi di «spingere con gentilezza» – e non solo nel contesto delle notizie dall'estero – rappresentano la sconfitta della persuasione e della riflessione come modo per promuovere le riforme e la partecipazione attiva. Se da un lato si potrebbe sostenere, seguendo Lippmann, che i cittadini dovrebbero essere lasciati in pace finché non trovano da sé una questione che susciti il loro interesse, un tale approccio non nega l'importante contributo che

giornalisti, attivisti e intellettuali possono dare alle cause più svariate. Non c'è nulla di male in una massa di cittadini che per mezz'ora al giorno segue una qualche remota crisi in Africa, giusto il tempo di leggere un editoriale del «New York Times», per poi spostare di colpo l'attenzione sul Sudest asiatico. Noi vogliamo cittadini che siano consapevoli tanto dei propri limiti quanto del potere dell'azione collettiva, e soprattutto che pensino con la propria testa e dedichino la propria attenzione con giudizio, dopo adeguata riflessione.

Le questioni che creano un pubblico devono essere sostenute da valide motivazioni, non da un qualche invisibile ultimatum – codificato in algoritmi, per giunta – calato dall'alto. Con tutti i difetti che può avere, la pagina dei commenti di un importante quotidiano nazionale consente alle varie parti coinvolte in una determinata questione di articolare le rispettive ragioni e di cercare di accrescere il numero dei sostenitori delle rispettive cause. Persino l'infrastruttura della nostra sfera pubblica riconosce che un dato tema può prestarsi a diverse interpretazioni e avere un seguito tra pubblici diversi. Perché mai si dovrebbe gettare alle ortiche il nostro attuale sistema, per quanto imperfetto, per sostituirlo con il sistema di Zuckerman, in cui Google e Facebook decidono unilateralmente sia le questioni rilevanti sia i modi giusti per fare campagna su di esse? L'unica spiegazione che vedo ha a che fare con l'internet-centrismo e il soluzionismo: «Internet» significa che stiamo vivendo in tempi inediti, che abbiamo gli strumenti per fare tutte le cose sopraelencate, e che un problema, se può essere risolto, dev'essere risolto.

Vogliamo davvero passare a un sistema che sequestra l'attenzione dei cittadini per mezzo di spinte gentili e altri meccanismi digitali che Google e Facebook potrebbero attuare senza neppure rendersene conto? Certo, qualcuno potrebbe sostenere che questo, in ogni caso, è il modo in cui funzionano Madison Avenue e buona parte delle imprese americane; secondo alcuni osservatori, è anche il modo in cui operano le ONG più in vista e di successo. Può darsi. Non dobbiamo però far finta che questo trionfo del marketing e della manipolazione nell'ambito umanitario sia una buona cosa. Noi vogliamo cittadini che si interessino della guerra in Siria perché sono interessati alla pace in Medio Oriente, al destino dell'umanità o a qualche altra causa analoga, non perché Google e Facebook li hanno indotti con la manipolazione ad abbracciare tali cause.

Certo, se i cittadini si rivolgessero volontariamente alle compagnie di Internet, chiedessero loro di introdurre nei loro algoritmi un po' di serendipità e di umanismismo globale per poi utilizzare deliberatamente questi servizi proprio perché desiderano serendipità e umanismismo, allora sarebbe possibile trovare delle giustificazioni a tali interventi. Nel ragionamento di Lippmann, questo è un esito molto improbabile. Se però i cittadini giungessero a interessarsi della

Bosnia o del Ruanda o della Siria non perché credano all'importanza dell'intervento umanitario o vogliano espressamente notizie su quei paesi, bensì perché una combinazione di spinte gentili e algoritmi hanno reso quel tipo di interessamento praticamente inevitabile, sarebbe una tacita ammissione del fatto che la riflessione e la moralità non suscitano più il minimo rispetto nella nostra vita politica e che tutto ormai si riduce a una sperimentazione skinneriana sulle combinazioni di incentivi – non di argomentazioni! – che possono produrre l'azione desiderata.

Gamificazione o morte

Per capire come fare ad attingere al repertorio di spinte gentili e incentivi al fine di trasformare la partecipazione politica, si consideri una delle caratteristiche introdotte di recente da Google News, l'ammiraglia di Google nel campo dell'aggregazione di notizie. A partire dalla metà di luglio 2011, Google News ha cominciato a premiare gli utenti più assidui con bollini calcolati in base al numero di articoli letti su un particolare argomento. ⁷² Insomma, se vi interessano il basket e Harry Potter, potete guadagnare un bollino su entrambi gli argomenti, e ovviamente ci sono molti tipi di bollini per ogni argomento. Si può passare dal bronzo all'argento all'oro e al platino, per concludere con il bollino a forma di pallone da pallacanestro, a seconda dell'assiduità con cui seguite le notizie sul basket.

I bollini sono privati, inizialmente, ma gli utenti possono decidere se renderli pubblici. Come ha spiegato Google in un articolo comparso su un blog in coincidenza con il lancio di questo nuovo sistema, potete raccontare agli amici «dei vostri interessi in fatto di notizie, dimostrare la vostra competenza, lanciare un dibattito o semplicemente vantarvi di tutte le vostre ottime letture». ⁷³ La logica che ha spinto Google a introdurre questa caratteristica è la seguente: la lettura delle notizie trasformata in un gioco sarà più divertente e forse invoglierà gli utenti a leggere più articoli e, in definitiva, a fornire ulteriori dati su di sé.

Come riconosciuto da Google, «questo è solo il primo passo – la versione bronzea, se si vuole – dei bollini di Google News. Quando avremo visto in che modo i bollini vengono utilizzati e condivisi, porteremo questa caratteristica al livello successivo». ⁷⁴ Quale sarà questo nuovo livello? Be', non è difficile immaginare modi in cui il sistema dei bollini potrà essere usato per promuovere i tipi di finalità prediletti da Zuckerman: se leggete, per esempio, più articoli sull'Africa – un'area tradizionalmente trascurata dai media ufficiali – otterrete più punti rispetto a chi, poniamo, legge articoli sulla politica di Washington, DC. I punti virtuali e i premi, una volta legati a benefici tangibili – a una maggiore

disponibilità di spazio sui server di Google, per esempio –, potranno costituire un potente incentivo all'informazione.

L'adozione dei bollini da parte di Google non è un fatto casuale, bensì rientra in una tendenza più ampia. La proliferazione degli smartphone, con la loro capacità di registrare coordinate GPS e di condividerle facilmente, unita alla diffusione dei social network, che consentono ai soluzionisti di costruire al di sopra di qualunque attività un livello sociale che include gli amici, ha fornito agli ingegneri sociali l'elettrizzante opportunità di risolvere importanti problemi trasformandoli in giochi. Grazie agli smartphone, i giochi possono essere correlati all'ambiente fisico; grazie ai social network, questi giochi possono essere fatti con gli amici. Niente a che vedere con il solito Tetris!

Questa tendenza all'introduzione della cosiddetta «meccanica dei giochi» – l'uso di bollini, punti, livelli, premi e valute virtuali – nelle diverse pratiche sociali è nota con il nome di «gamificazione». Un gioco come ChoreWars, in cui i giocatori, che possono essere coinquilini o membri di un nucleo familiare, svolgono i servizi domestici nel mondo reale per accumulare punti virtuali e scoprire tesori, è un'ottima traduzione pratica di questa logica. ⁷⁵ Un altro esempio è costituito da Recyclebank, una società che utilizza punti e premi per sollecitare gentilmente il consumatore a dedicarsi ad attività ecosostenibili. ⁷⁶ Quando avrete accumulato abbastanza punti per il vostro comportamento «verde», Recyclebank vi permetterà di convertirli in sconti, offerte gratuite e carte prepagate. La sua primissima offerta? Uno sconto sulla maionese Hellmann's. Evidentemente, la compagnia utilizzerà gli incentivi ludici per rendervi ancora più «verdi» e farvi mangiare più maionese. I conti tornano: qualcun altro interverrà sicuramente a gamificare la vostra esperienza alimentare regalandovi punti se non mangerete maionese.

Per quanto possa sembrare sgradevole, gli addetti al marketing hanno abbracciato con entusiasmo la tendenza alla gamificazione. Una recente indagine dimostra che, nonostante i due terzi di essi non comprendano il significato della parola «gamificazione», il 78 per cento ritiene che sia più probabile attrarre i clienti attraverso l'incentivazione ludica. ⁷⁷ Uno studio condotto dalla Gartner riecheggia queste scoperte e predice che, entro il 2015, oltre il 50 per cento delle organizzazioni che gestiscono i processi di innovazione finiranno per gamificarli, premiando clienti e dipendenti per i loro eventuali suggerimenti. ⁷⁸ Alcuni entusiasti sostenitori della gamificazione ritengono che possa addirittura risolvere problemi quali il riscaldamento globale, come ha pronosticato Seth Priebatsch, della start-up SCVNG in occasione del convegno «South by Southwest» del 2011. ⁷⁹

Qual è il nesso tra gamificazione e giochi? Alcuni critici della gamificazione

fanno notare che i videogiochi migliori non si esauriscono nei loro meccanismi premiali. I punti virtuali non producono esperienze «di interesse, illuminazione, terrore, fascino, speranza o di una qualunque altra emozione», come afferma il teorico dei giochi Ian Bogost; queste vengono invece prodotte dal contenuto dei giochi e da svariate strategie narrative adottate dai loro ideatori.⁸⁰ In altre parole, non è necessario odiare i giochi per odiare la gamificazione: questo processo, in senso stretto, non trasforma tutto in un gioco, ma trasforma tutto in una serie di fattori limitati (e spesso totalmente irrilevanti) che noi talvolta associamo ai giochi. Il teorico dei media canadese Alan Chorney propone una distinzione molto utile tra le due cose: «L'uso della meccanica dei giochi non trasforma necessariamente il prodotto in un videogioco. Per chiarire meglio questa distinzione può tornare utile l'analogia con i film. Un regista può utilizzare svariate riprese, tagli ed effetti speciali per influenzare lo spettatore, ma il risultato finale non sempre è un film: può trattarsi, infatti, di uno spot pubblicitario. L'identità del film è direttamente legata al suo contenuto, non alla sua meccanica».⁸¹

Non sorprenderà, dunque, che la gamificazione sia già diventata uno degli attrezzi prediletti dai soluzionisti. Il fatto che tutto possa essere gamificato non significa che tutto debba esserlo. «Wired» dà notizia di come il teorico dei giochi Jesse Schell, nel tentativo di dimostrare i limiti della gamificazione, abbia descritto in una conferenza «un mondo in cui tutte le azioni di ognuno – dal lavarsi i denti al presentarsi in orario al lavoro, fino al tatuarsi il logo delle Pop-Tarts sull'avambraccio – fanno guadagnare dei punti».⁸² Purtroppo, il tentativo di Schell di incoraggiare un pensiero più critico tra i difensori della gamificazione ha avuto l'effetto opposto. Come ha dichiarato lo stesso Schell a «Wired», «sono venute da me decine di persone a dirmi: “Il tuo discorso mi ha ispirato così tanto che ho fondato una start-up”. ... L'unica cosa che posso dire è: Cristo, non date la colpa a me».⁸³

Tutto ciò ha un'aria assai allettante, specialmente per la cittadinanza stanca e annoiata. Per citare Mark Pincus, amministratore delegato di Zynga, la società che ci ha fornito su Facebook successi salva-mondo quali FarmVille e Words with Friends, «i giochi dovrebbero fare del bene. Noi, facendo il nostro lavoro quotidiano, vogliamo aiutare il mondo».⁸⁴ La gamificazione attinge alla stessa mentalità buonista che il filosofo-intrattenitore sloveno Slavoj Žižek identifica in svariate iniziative di beneficenza che incoraggiano i cittadini a sostenere la lotta contro la fame in Africa acquistando un caffè un po' più chic da Starbucks.⁸⁵ Se riusciamo a conservare il nostro lavoro quotidiano e a proseguire nella nostra ricerca interiore alimentata a frappuccini, perché non aiutare, allo stesso tempo, anche il mondo? Quanto a Zynga, le sue incursioni nella gamificazione hanno un

che di decisamente minaccioso. Per esempio, ha sottoscritto un accordo con 7-Eleven in base al quale, con una geniale trovata di marketing, i clienti comprano uno Slurpee con soldi veri per ottenere crediti su FarmVille. ⁸⁶ C'è qualcosa di comico in questo: voi comprate una vera bibita zuccherata per procurarvi punti virtuali in un gioco in cui avete il ruolo del contadino. Così un entusiasta della gamificazione ha spiegato il meccanismo: «I soldi entrano e basta! Non ne escono mai!». ⁸⁷ Proprio così. Aiutare il mondo comprando Slurpee: chi l'avrebbe mai immaginato?

Ovviamente, gli entusiasti della gamificazione potrebbero obiettare dicendo che giochi come Wii Sports ci consentono di fare ginnastica e, magari, di perdere peso giocando con il computer. Anche questi casi sono spesso oggetto di dibattito nel contesto della gamificazione. Questi giochi sono senz'altro divertenti: l'unico problema è che l'attesa perdita di peso è più un mito che una realtà, come suggeriscono svariati studi recenti. Una ricerca pubblicata su «Pediatrics» ha scoperto che i bambini che giocano con Wii Sports, convinti di poter perdere peso in questo modo, tendono a fare meno esercizio fisico, tornando così ad accumulare le calorie bruciate. ⁸⁸

A volte, è difficile tracciare distinzioni nette fra gli aderenti al movimento del Sé Quantificato e i fautori della gamificazione. I due fenomeni sono finanziati dalle stesse persone che fungono da ponte fra diverse comunità, mentre i self-tracker forniscono la copertura quantitativa senza la quale la gamificazione risulterebbe assai meno significativa (in fondo, qualcuno dovrà pur contarli tutti quei punti virtuali). Per esempio, Tim Chang, direttore generale di Mayfield Fund, rispettabile società di venture capital, ha sostenuto molti dei primi esperimenti nel campo del self-tracking e sta ora esplorando la gamificazione, con un occhio di riguardo per l'ambito dell'assistenza sanitaria.

Chang ha dichiarato in una recente intervista: «L'unico modo per rimettere in sesto il nostro sistema sanitario devastato consiste nell'indurre i consumatori a pensare alla salute e non all'assistenza sanitaria. [Essere sani] potrebbe risultare più coinvolgente e praticabile attraverso la gamificazione ... misurando azioni e decisioni quotidiane, fornendo agli utenti un feedback istantaneo e dati vari e aggiungendo interattività e meccanismi ludici a questi dati per rendere la salute "giocabile" dagli utenti». ⁸⁹ È come se il duplice problema dell'eccesso di diagnosi e della continua invenzione e commercializzazione di nuove malattie – raramente ricondotte a sintomi reali da parte dell'industria farmaceutica – non avesse mai afflitto il sistema sanitario americano. ⁹⁰

Che cosa può esserci di male nel distribuire agli utenti punti virtuali affinché eseguano sempre più controlli su se stessi traendone sempre nuove potenziali diagnosi? Quale sarà il prossimo passo? Premiare i pazienti che fanno da cavie

per i nuovi farmaci? Non stupisce che ai capitalisti di ventura piaccia la gamificazione: è la classica soluzione che aggrava alcuni degli attuali problemi dell'assistenza sanitaria, ma lo fa in maniera estremamente remunerativa. Be', se non altro, Chang non nasconde che la gamificazione sia qualcosa di simile all'ipnosi e che ci consente di ottenere i risultati «giusti» aggirando i consueti canali decisionali e politici. Come dice nel corso della stessa intervista, «le masse vanno quasi “ingannate”, perché si prefiggano la salute, e la gamificazione è un ottimo modo per raggiungere questo obiettivo». ⁹¹

Non sarebbe sorprendente se i politici dovessero saltare sul carro della gamificazione così come hanno fatto alcuni anni fa con quello delle spinte gentili: una volta che tutti gli strumenti della politica sono stati sperimentati, la gamificazione, quali che siano i problemi etici in essa impliciti, offre la prospettiva di rimedi semplici e persino piacevoli. Tanto più che, come affermano i fautori della gamificazione, i politici potrebbero anche non avere scelta, nel momento in cui i cittadini vengono trasformati in consumatori e giocatori per cui tutto dev'essere divertente e fondato su meccanismi premiali. Si osservi il quadro del futuro dipinto dall'imprenditore della gamificazione Gabe Zichermann: «In un futuro gamificato, non credo che ci saranno molte società, o governi, se è per questo, capaci di tenersi fuori da questa tendenza. ... Credo che i consumatori si aspetteranno e richiederanno sempre di più che le esperienze siano divertenti e coinvolgenti. Non si potrà mai più tornare indietro. Le aspettative della gente sono state riconfigurate. Questa sarà la nuova normalità». ⁹² Il fatto che i governi non siano imprese e che i cittadini non siano consumatori non è tra le preoccupazioni principali dei gamificatori. Le aspettative della gente saranno anche state riconfigurate, ma in politica la gente ha ben più delle sole aspettative: ha dei doveri e degli obblighi, che a volte guastano la festa.

B.F. Skinner fra gli animali incompiuti

La decisione di Google di introdurre i bollini ha suscitato molte critiche online, e a posteriori non è difficile capire perché. Un'indagine condotta nel 2010 dall'Internet & American Life Project del Pew Research Center ha scoperto che il 69 per cento del campione interrogato seguiva le notizie perché sentiva il «dovere civico di tenersi informato». ⁹³ Perché premiare le persone che leggono le notizie se queste lo percepiscono come un dovere civico? La maggior parte di noi sarà ancora piuttosto riluttante all'idea di spingere i cittadini a presentarsi al seggio elettorale utilizzando un gioco che richieda loro di «fare il check-in» e in cui si guadagnano punti mettendo la scheda nell'urna. Possono,

questi espedienti, contribuire ad aumentare la percentuale dei votanti? Certo, ma abbiamo la sensazione che, se applicati ai doveri civici, gli incentivi ludici possano togliere all'idea di cittadinanza gran parte del suo significato. Questi espedienti trasmettono messaggi molto fuorvianti sulla politica e finiscono per suscitare delusione nei cittadini ogni volta che si chiede loro di fare qualcosa che non sia divertente. Come sostengono i politologi John Hibbing e Elizabeth Theiss-Morse, «la via per stimolare una vita civile significativa non è quella di distribuire bollini alle persone, in modo che si impegnino solo perché la politica è facile e divertente; consiste piuttosto nel chiedere alla gente di impegnarsi proprio perché la politica è faticosa, noiosa e difficile». ⁹⁴

Per incoraggiare l'impegno dei cittadini non basta indurli a fare la cosa giusta: sta nel fargliela fare per le ragioni giuste. Anche se Richard Thaler – quello della tesi della «spinta gentile» – la pensa diversamente: in un commento comparso nel febbraio 2012 sul «New York Times» ha sostenuto che «se i governi vogliono incoraggiare lo spirito civico, dovrebbero cercare di rendere più divertenti i comportamenti desiderati». ⁹⁵ (In questo, i teorici della «spinta gentile» sono molto vicini ai gamificatori; a quanto pare, anche Gabe Zichermann, imprenditore nel settore dei videogame, ha dichiarato che «tutto può essere divertente ... possiamo rendere divertente anche il governo». ⁹⁶) Thaler, decano del soluzionismo, osserva che «i governi usano di norma due strumenti per incoraggiare i cittadini a adottare comportamenti civici quali pagare le tasse, guidare in modo sicuro o riciclare i rifiuti: l'esortazione e l'ammenda». ⁹⁷ Vari espedienti per aumentare il divertimento – quali i bollini di Google News o la possibilità di guadagnare miglia di volo come *frequent flyer* per la partecipazione al programma di riciclo dei rifiuti – aggiungono un terzo incentivo.

Thaler, purtroppo, non spiega chiaramente che cosa intende per «comportamento civico». Il suo uso di questo termine in relazione all'esortazione – a vari appelli al bene comune – lascia intendere che l'aggettivo «civico» vada preso nel senso convenzionale di «relativo ai doveri e alle attività delle persone nel contesto della loro comunità locale di appartenenza». ⁹⁸ Se però i cittadini adottano il «comportamento desiderato» perché è più divertente, allora le loro azioni non hanno nulla a che fare con il dovere. «Civico», dunque, può essere inteso solo nell'altro significato: «relativo a una città o a una comunità, con particolare riguardo per il suo aspetto amministrativo; municipale». Mettere insieme progetti che fanno leva sull'esortazione con altri che si fondano su vari incentivi ricreativi e ludici significa trascurare il fatto che questi, essendo fondati su due diversi tipi di motivazione, potrebbero finire per produrre due diverse tipologie di cittadini.

Psicologi e filosofi sono soliti suddividere le motivazioni umane in due classi: quelle estrinseche (si fa qualcosa in cambio di denaro, bollini o miglia da *frequent flyer*) e quelle intrinseche (si fa una cosa perché si ha veramente voglia di farla, forse perché si pensa che sia la cosa giusta da fare). ⁹⁹ La prima classe evoca giustamente immagini delle manipolazioni compiute da B.F. Skinner e Frederic Taylor sui topi e sugli operai – mostrando loro più cibo o promettendo loro un bonus – per ottenere la massima performance sulla ruota o alla catena di montaggio. Fa' questo, avrai quello: input *a*, output *b*.

Se pensate che gli umani siano come i topi, o se siete economisti di vedute ristrette che considerano gli umani alla stregua di automi di cui massimizzare l'utilità, potreste essere tentati di adottare sempre e dovunque motivazioni estrinseche. (Se si crede nelle leggi della domanda e dell'offerta, pagare la gente – in denaro o con valuta simbolica – di solito funziona.) Analogamente, anche costringere la gente a pagare – per esempio le multe – fornisce una forte motivazione estrinseca. Di qui, alcuni recenti esperimenti sociali: gli scolari venivano pagati per i loro buoni voti, le madri indigenti venivano pagate per mandare i figli a scuola o per sottoporli a vaccinazione, gli automobilisti di San Francisco che non violavano il codice della strada potevano partecipare a concorsi a premi. ¹⁰⁰

Il problema è che le leggi dell'economia non sempre sono utili a rendere conto delle complessità del comportamento umano. Pertanto, quando la motivazione intrinseca viene sostituita dagli incentivi estrinseci, gli esseri umani rispondono in modi strani. È attestato da decenni di arcinote ricerche nel campo delle scienze sociali. ¹⁰¹ Quando ai cittadini viene offerto denaro per le donazioni di sangue, i cittadini donatori diminuiscono. Quando ai cittadini viene offerto denaro a mo' di compensazione per costruire vicino a casa loro un sito di stoccaggio di scorie nucleari, si ottiene meno appoggio che facendo appello al loro senso del dovere civico. Quando gli anziani che vivono negli ospizi sono costretti a conformare le loro relazioni umane ai rapporti di mercato – per poter contare su qualcuno che faccia loro il letto in cambio di tagliandi – diventano presto restii a fare alcunché per i loro pari senza chiedere un qualche compenso. Quando si comminano multe ai genitori che arrivano in ritardo a prelevare i figli all'asilo, si scopre che i ritardi aumentano anziché diminuire; evidentemente, le occhiatecce del personale e la convinzione di avere il dovere di non arrivare in ritardo sono più efficaci delle multe.

Certo, si potrà obiettare che i genitori arrivano in ritardo a prendere i figli perché le multe non sono abbastanza salate o che ai cittadini improvvisamente contrari ad avere una discarica nucleare nei propri paraggi bisognerebbe offrire più soldi. Insomma, prosegue questo ragionamento, il comportamento desiderato

può essere garantito solo se si trova la giusta combinazione di incentivi: di bastoni e carote, di punti e bollini. Mettendosi a cercare la serie di incentivi più efficace, però, si finisce per trascurare il fatto che ben pochi di questi incentivi erano richiesti, in precedenza.

C'è qui all'opera una sorta di profezia che si autoavvera: se ritengono che l'interesse egoistico sia l'unica opzione disponibile, i legislatori plasmeranno le istituzioni sociali e giuridiche di conseguenza. Magari riusciranno anche a suscitare il comportamento desiderato, ricavandone l'agognata conferma che il mondo, in effetti, funziona come pensano loro. Come dice lo psicologo Barry Schwartz, «l'accoglienza entusiastica riservata dalla società occidentale all'idea che sia solo l'interesse egoistico a motivare il comportamento umano ci ha portato a creare strutture sociali che fanno leva sull'interesse egoistico». ¹⁰² Ciò, tuttavia, non riflette una qualche verità profonda e atemporale sulla natura umana; riflette semplicemente la popolarità del pensiero utilitaristico e skinneriano nell'ultimo secolo o giù di lì. «Un individuo cresciuto nel mondo postskinneriano in cui le ricompense sono solitamente manipolate da genitori, insegnanti, clero, medici e membri delle forze dell'ordine potrebbe credere che queste ricompense siano universali e ineluttabili» osserva Schwartz. «Tale individuo avrebbe ragione sull'universalità, ma non sull'ineluttabilità.» ¹⁰³

Schwartz schiera una panoplia di esempi per dimostrare come il culto dell'interesse privato dia luogo a ciò che gli psicologi chiamano «effetto di ipergiustificazione», per il quale l'introduzione di ricompense per compiti normalmente svolti senza di esse cambia il modo e la ragione per cui la gente se li propone. In uno studio citato da Schwartz, i ricercatori avevano chiesto ai soggetti-campione di pensare al denaro in maniera anticonvenzionale: per esempio, avevano mostrato loro il salvaschermo di un computer con banconote di vario taglio che fluttuavano sott'acqua. Già questo era bastato a spingere i partecipanti a essere meno cooperativi e a preferire il lavoro solitario a quello di gruppo.

Un altro studio puntava a osservare in che modo i partecipanti all'esperimento si sarebbero organizzati per distribuire il compenso derivante da un lavoro di gruppo. Si è scoperto che quando vengono pagati con beni che hanno un valore monetario ben definito ma che non possono essere ulteriormente scambiati – le caramelle, per esempio – i partecipanti tendono verso una suddivisione equa, e ognuno riceve nella stessa misura. Quando invece vengono compensati con denaro, i partecipanti preferiscono un meccanismo di divisione in cui ognuno riceve in proporzione al lavoro che ha effettivamente svolto. Come osserva Schwartz, «gli esseri umani sono “animali incompiuti”; ciò che possiamo ragionevolmente attenderci da essi dipende dal modo in cui le nostre istituzioni

sociali li “rifiniscono”». ¹⁰⁴ Se optiamo per gli incentivi, alcuni di questi meccanismi potrebbero funzionare, ma la loro presunta efficacia non dovrebbe farci chiudere gli occhi sui suoi costi. Gli incentivi non sono l’unico modo di indurre la gente a fare la cosa giusta.

La politologa Ruth Grant, nel suo recente libro *Strings Attached*, ha avanzato la critica forse più acuta della moderna svolta verso gli incentivi. Grant riecheggia alcune delle conclusioni di Schwartz, nel senso che, secondo lei, gli incentivi tendono a spingere la gente a definire in maniera un po’ troppo ristretta le proprie responsabilità: a furia di reagire a bastoni e carote, i cittadini perdono di vista i fini e i valori più nobili della loro comune impresa. La critica di Grant agli incentivi ha tre facce. In primo luogo, i piani fondati sugli incentivi, benché in apparenza astuti, falliscono spesso e ottengono l’effetto opposto a quello desiderato. In secondo luogo, gli incentivi – specialmente quelli monetari – tendono a scalzare le motivazioni meno venali, con effetti negativi sul carattere delle persone. Infine, i progetti fondati sugli incentivi tendono ad autoperpetuarsi, perché se la gente si abitua a essere pagata per guidare bene o per suddividere la spazzatura, potrebbe smettere di farlo se gli incentivi venissero rimossi. Pertanto, scrive Grant, «gli incentivi sono strumenti che hanno limiti intrinseci. ... Una volta rimossi, la loro efficacia si esaurisce. Gli incentivi curano i sintomi, non le cause; sono un rimedio superficiale. Dato che non affrontano le cause, ci sarà sempre bisogno di essi finché non ci si regolerà altrimenti». ¹⁰⁵

Per comprendere i limiti degli incentivi, dobbiamo abbandonare l’asettico linguaggio dell’economia, con i suoi semplicistici assunti sull’*homo oeconomicus*, e sviluppare una visione più complessa del comportamento umano. Solo allora, sostiene Grant, riconosceremo «che gli incentivi non sono necessariamente preferibili a qualsiasi forma di coercizione; che gli incentivi a volte sostituiscono i processi di persuasione, il che rappresenta un prezzo molto oneroso per una democrazia: e che il fatto che gli incentivi siano transazioni volontarie non risolve la questione etica sollevata dal loro uso». ¹⁰⁶ I progetti fondati sugli incentivi sono simili ai sistemi tecnologici, nel senso che quando prendono piede diventa molto difficile sradicarli; non si prestano facilmente all’operazione deweyana dell’indagine e, nella loro efficienza, sopravvivono facilmente anche alle critiche più devastanti.

Scimmie, sesso e costrizioni prevedibili

Purtroppo, i principali fautori della gamificazione operano esclusivamente sul piano dell’utilitarismo, senza mai preoccuparsi di come l’introduzione di

incentivi ludici nell'attività politica e sociale possa influenzare i cittadini. Forse non pensano che guadagnare punti e premi in un gioco sia come vedersi offrire un assegno per aver osservato il codice della strada o suddiviso la spazzatura. Ma c'è poi così tanta differenza? Benché sia vero che non c'è passaggio di contanti, è piuttosto evidente che la motivazione è cambiata: mentre prima si cercava di osservare il codice della strada perché ci si preoccupava per la propria sicurezza e per quella degli altri automobilisti, e si separavano i rifiuti perché si aveva cura per l'ambiente, ora lo si fa perché è divertente. La maggior parte delle critiche ai progetti fondati sugli incentivi regge: una volta che gli incentivi vengano rimossi, non è detto che si torni facilmente alle vecchie usanze. Analogamente, regge l'allarme sull'impatto potenzialmente corrosivo che questi progetti hanno sul carattere delle persone: a volte, noi vogliamo che i cittadini facciano la cosa giusta per le ragioni giuste, non solo perché è ancora più divertente di Angry Birds.

Compulsare la letteratura sulla gamificazione può risultare tanto frustrante quanto istruttivo, perché mostra sia gli espedienti retorici dispiegati dagli entusiasti dei giochi per promuovere i loro progetti sia le limitazioni insite nella loro mentalità. Si consideri *Gamification by Design*, degli ideatori di videogiochi Gabe Zichermann e Christopher Cunningham. ¹⁰⁷ Non si può non elogiare il libro – sorta di sussidiario della gamificazione – per la totale trasparenza della filosofia skinneriana che lo ispira: la copertina raffigura cinque scimmie in varie pose, destinate presumibilmente a essere gamificate.

Come buona parte dei libri sulla gamificazione, anche questo, sin dall'inizio, sfuma le distinzioni tra «giochi» e «giocare» ponendoli entrambi come un qualcosa di naturale e inevitabile. «Il giocare e i giochi sono custoditi nella nostra memoria culturale ed emergono con la civiltà, sempre intrecciati. Stiamo cominciando a capire che abbiamo una predisposizione organica al giocare, ora che i ricercatori illuminano sempre più chiaramente le complesse relazioni tra il cervello, i sistemi neurali e il giocare ai giochi» proclamano gli autori. ¹⁰⁸ Può darsi che abbiano ragione, ma non c'è forse una notevole differenza tra i giochi in quanto fenomeno ricreativo e i giochi in quanto incentivi? Dobbiamo davvero pensare che accumulare miglia come frequent flyer o punti per il nostro comportamento ecosostenibile sia come giocare a scacchi?

Inoltre, il fatto che una cosa sia naturale o vantaggiosa non ne giustifica automaticamente l'uso in qualsiasi situazione. Anche la legge è antica e custodita nella nostra memoria culturale, ma ci sarà un motivo se nessuno propone di mettere in galera chi non telefona alla nonna di domenica: affidarsi alla legge in questi casi sarebbe assurdo. Nonostante il probabile disaccordo dei teorici della prevenzione situazionale, anche la tecnologia è antica, e di certo

influenza il nostro cervello, ma questa non è una valida ragione per introdurre meccanismi di prevenzione digitale nella nostra vita quotidiana. Il fatto che a molti di noi piaccia giocare a calcio, fin quasi a dimenticarci di noi stessi mentre giochiamo, non autorizza automaticamente gli ingegneri sociali a introdurre gli incentivi dei giochi in ogni aspetto della vita sociale.

Gamification by Design soffre di tutte le comuni pecche del pensiero geek. Zichermann e Cunningham non provano neppure a nascondere le implicazioni skinneriane della loro opera. «I giochi» scrivono «combinano il movente desiderante del sesso con la prevedibilità delle costrizioni ... ma senza violenza e, in caso di successo, spinta unicamente dal godimento». ¹⁰⁹ Le costrizioni prevedibili sono piacevoli come il sesso, ma non implicano coercizione: quale esortazione potrebbe competere con questa? B.F. Skinner, non Marshall McLuhan, è il vero santo patrono di «Internet».

Zichermann e Cunningham sono perlopiù interessati alle applicazioni economiche della gamificazione – a ciò che induce la gente a cliccare – perciò tralasciano le implicazioni politiche e sociali (be', a parte la drastica affermazione secondo cui «divertente è il nuovo “responsabile”», ¹¹⁰ che Richard Thaler approverebbe). Per questo dobbiamo rivolgerci alla vera bibbia del movimento per la gamificazione: *Reality Is Broken*, di Jane McGonigal. ¹¹¹ Guru della Silicon Valley e celebre ideatrice di giochi, McGonigal è anche membro dell'Institute for the Future di Palo Alto, il luogo principe tra quelli in cui si produce avvenirismo in pillole.

McGonigal si è distinta come la corifea dell'uso della logica gamificatrice nella soluzione dei più importanti problemi del mondo: se il soluzionismo avesse un'ambasciatrice ufficiale sarebbe sicuramente lei. McGonigal sostiene che i giochi possono «aiutare la gente a raggiungere gli obiettivi più urgenti: curare il cancro, fermare i cambiamenti climatici, diffondere la pace, mettere fine alla povertà». ¹¹² Basterà dotare gli ambasciatori ONU di console Wii, e tutti i problemi del mondo svaniranno. Come ha affermato lo scrittore e intenditore di giochi Steven Poole nella sua recensione di *Reality Is Broken*, «si capisce subito che un integratore alle erbe o una tecnica terapeutica sono delle fregature quando promettono di curare qualsiasi cosa, dalla timidezza alla calvizie fino al cancro». ¹¹³

McGonigal ha anche una storia personale da raccontare: alcuni anni fa batté accidentalmente la testa contro la porta di un mobiletto ed ebbe una commozione cerebrale che la costrinse a letto per un lungo mese, durante il quale soffrì anche di una grande solitudine. Grazie a un bel gioco da lei progettato, però, McGonigal riusciva a indurre i parenti a telefonarle regolarmente e a chiedere sue notizie. Il progresso non è mai stato così piacevole. Prima dell'avvento della

gamificazione, chi si sarebbe mai sognato di telefonare a una sorella, a un figlio o a un compagno costretti a letto? Come diavolo facevamo senza i bollini virtuali e i circuiti di retroazione? E che cosa dirà esattamente il bollino: «50 punti di bravura: oggi ho telefonato a mio figlio ammalato»?

L'argomentazione di McGonigal in favore della gamificazione poggia sull'assunto per cui il mondo reale è inferiore a quello virtuale proprio perché è privo dei meccanismi del gioco. Le sue lagnanze sulla realtà occupano diverse centinaia di pagine, da cui trarrò alcuni esempi rappresentativi: «Il mondo reale non offre tanto facilmente piaceri progettati con cura ... La realtà non ci motiva con tanta efficacia. La realtà non è progettata per massimizzare il nostro potenziale. La realtà non è stata concepita nella sua essenza per renderci felici». ¹¹⁴ I giochi, viceversa, sono tutto ciò che la realtà non riesce a essere: «I computer e i videogame stanno soddisfacendo bisogni umani autentici che il mondo reale non è al momento in grado di soddisfare. I giochi forniscono le gratificazioni che mancano nella realtà. Ci istruiscono, ci stimolano e ci coinvolgono in modi che la realtà ignora. Ci uniscono come la realtà non sa fare». ¹¹⁵ Pertanto, l'unica conclusione che McGonigal può trarre da tutto ciò è che la realtà dovrebbe essere più simile ai videogiochi: «E se decidessimo di usare tutto quello che sappiamo della progettazione dei giochi per sistemare quel che non funziona del mondo reale? E se cominciassimo a vivere la nostra vita reale come concorrenti di un gioco, se conducessimo i nostri affari e regolassimo le nostre comunità come se fossimo progettisti di videogiochi e pensassimo alla soluzione dei problemi del mondo come fossimo teorici informatici e dei videogame?». ¹¹⁶ Be', sostituite «progettisti e teorici dei videogiochi» con «B.F. Skinner», e la risposta a tutte queste domande sarebbe molto diversa.

Come giudicare il progetto di McGonigal e la sua «missione personale di vedere uno sviluppatore di videogame vincere il premio Nobel per la pace entro venticinque anni»? ¹¹⁷ McGonigal appare così totalmente confusa riguardo all'esperienza umana – dev'essere un problema legato al codice di avviamento postale di Palo Alto – che si ha la tentazione di leggere l'intero libro come una cinica satira di tutta l'impresa della gamificazione, se non come compiacenza del consumismo occidentale pura e semplice. Come reagire di preciso a proclami del seguente tenore: «A paragone dei giochi, la realtà è troppo facile. I giochi ci sfidano con ostacoli prestabiliti e ci aiutano a sfruttare al meglio i nostri punti di forza»? ¹¹⁸

La realtà sarà anche troppo facile per un membro designato dell'Institute for the Future, ma è sufficiente lasciare University Avenue, a Palo Alto, e spostarsi di qualche chilometro fino a East Palo Alto o a Oakland, e si vedrà emergere una diversa immagine di questa realtà troppo facile. Il Tetris e il golf avranno anche

degli ostacoli incorporati che li rendono più divertenti, ma lamentarsi del fatto che nella realtà mancano sfide come queste è assurdo. Dalle leggi discriminatorie alla strutturale disuguaglianza dei redditi, passando per gli atteggiamenti razzisti e sessisti, le nostre vite sono irte di ostacoli, anche se questi forse non sono visibili dalla Silicon Valley. E alcuni di essi sono del tutto volontari: il gioco della vita sarebbe troppo facile se potessimo rubare e uccidere a piacimento.

Quanto più si va avanti a leggere McGonigal, tanto più è difficile evitare l'impressione che non abbia mai lavorato in vita sua. È come una brutta parodia di Mitt Romney. «A confronto dei giochi, la realtà è improduttiva. I giochi ci affidano missioni più chiare e più gratificanti, un lavoro concreto. E un lavoro soddisfacente richiede due precondizioni: un obiettivo definito e passi ben precisi da compiere per raggiungerlo. Il fatto di avere un obiettivo definito ci sprona all'azione: sappiamo quel che dobbiamo fare. E la successione precisa dei passi da compiere garantisce la possibilità di un progresso immediato verso l'obiettivo.» ¹¹⁹ Potrebbe sembrare «lavoro gratificante» a Frederick Taylor, ma ha l'aria di essere tutto il contrario, almeno per gli operai, che non sono semplici ingranaggi della catena di montaggio. Che cosa c'è di male nel non avere un obiettivo chiaro e una precisa sequenza di passi da compiere? I lavoratori non potrebbero acquistare una qualche autonomia e definire liberamente le proprie procedure e magari mettere anche in discussione le procedure in vigore?

Il metodo generale di McGonigal diventa poco alla volta chiaro: si parte da una definizione superficiale e carente della realtà, spogliata di tutta la complessità tipica dell'interazione umana, si presenta la gamificazione come la salvezza definitiva e si evita di accennare al fatto che i giochi non sono strumenti neutri per realizzare le cose, bensì meccanismi a incentivi che potrebbero trasformare i giocatori, manipolando le loro motivazioni e mentalità, in comunità sociali e politiche. Come la maggior parte dei geek, McGonigal cade nell'errore del macroscopismo: non ha alcun rispetto per le comunità locali e preferisce pensare in termini di pianeti, galassie, e su un arco temporale plurisecolare. «La grande sfida per noi oggi e per il resto di questo secolo» scrive in conclusione del suo libro «sta nell'integrare sempre di più i giochi nella nostra vita quotidiana e nell'adottarli come piattaforma per collaborare agli impegni planetari più urgenti.» ¹²⁰ Il fatto che il perseguimento della felicità interplanetaria possa anche produrre comunità i cui cittadini si rifiutano di muovere un dito in assenza di incentivi monetari o di bollini non la turba minimamente.

Non ripiegate la a domicilio

C'è chiaramente spazio per videogiochi di carattere umanitario. L'applicazione Folding@home per la PlayStation – discussa da McGonigal – consente ai giocatori di collegarsi, di farsi carico della missione di indagare in che modo certe proteine si ripiegano o sbagliano a ripiegarsi (approfondiremo più avanti) e di donare la potenza della loro console per realizzare questa missione. Le proteine hanno una struttura finale – detta dai biochimici «conformazione nativa» – ma gli scienziati non hanno ancora compreso appieno i passaggi e i meccanismi con cui viene raggiunta né il modo in cui viene influenzata dall'interazione con le altre molecole. Una loro maggiore comprensione contribuirebbe a gettare luce sulle cause del morbo di Alzheimer, della malattia di Huntington e di molte forme di cancro. I ricercatori di Stanford hanno trovato un modo con cui i giocatori possono donare la loro potenza di calcolo in sovrappiù per contribuire all'analisi del ripiegamento delle proteine, il che spiega titoli di giornale tipo *I giocatori di PS3 tentano di salvare il mondo*. ¹²¹

Si consideri, altrimenti, un semplice gioco chiamato FreeRice, che consente ai giocatori di imparare delle belle parole inglesi online mentre vengono loro presentate pubblicità che contribuiscono alla raccolta di fondi da destinare all'acquisto di riso per il Programma alimentare mondiale dell'ONU. C'è comunque una certa ipocrisia nell'invocare questi giochi per giustificare altri interventi di gamificazione (la dice lunga il fatto che McGonigal non utilizzi mai l'orribile parola «gamificazione» nel suo libro). Folding@home in realtà non sostituisce nulla; si limita a offrire un nuovo modo di utilizzare la potenza di calcolo per analizzare il ripiegamento delle proteine. Ha dato origine a un gioco chiamato FoldIt (RipiegaLa), in cui ai giocatori è richiesto di risolvere dei puzzle – una sorta di Tetris per cervelloni – che potrebbero aiutare gli scienziati a prevedere la forma di una proteina che non hanno ancora ripiegato. È una cosa bellissima, ma ha ben poco a che fare con il tipo di «gamificazione» esagerata di cui si è discusso poc'anzi, dato che il gioco crea comportamenti totalmente nuovi o fornisce nuove motivazioni per indurre all'impegno. Se tutti quei calcoli fossero stati eseguiti da un esercito di geek penna alla mano, un gioco come FoldIt avrebbe probabilmente posto un problema, ma anche in questo caso, dato che nuove e sempre più rapide scoperte scientifiche potrebbero salvare delle vite, sembra appropriato affidare il lavoro ai computer.

Allo stesso modo, FreeRice sembra fare ciò che altri siti già fanno (cioè aiutarvi a imparare una lingua straniera), solo che i creatori del sito, invece di intasare i soldi della pubblicità, si sono impegnati a devolverli per una buona causa. Il rischio è che si verifichi un effetto disincentivante: per esempio, alcuni studenti potrebbero decidere di smettere di fare beneficenza se pensano che

FreeRice raccolga comunque la loro quota attraverso la pubblicità online. Questo rischio, però, lo si può anche correre, a quanto pare, perché la maggior parte degli utenti di Free Rice non si collega al sito per dar soldi in beneficenza, bensì per imparare una lingua straniera. In parole più semplici, la gente non usa il gioco FreeRice per amore dei giochi: FreeRice, in realtà, presenta ben pochi meccanismi tipici dei giochi. E se si considerano le alternative, FreeRice potrebbe anche essere la scelta eticamente più corretta, perché in teoria fa tutto quel che fanno gli altri siti, e anche di più.

Per la maggior parte, però, i progetti di gamificazione sono diversi da Folding@home e da FreeRice, cosicché ancora una volta è un inganno, da parte dei guru della gamificazione, invocare questi esempi per dimostrare le proprie credenziali di civismo. I gamificatori non creano nuovi modi di fare le cose né semplicemente aggiungono un tocco di umanitarismo ai vecchi modi di operare. Piuttosto, inducono le persone a fare quel che devono ricorrendo a una combinazione di circuiti di retroazione, bollini e premi che sostituiscono il piacere al dovere. C'è una differenza molto importante tra il ripiegare una proteina per il desiderio di aiutare la scienza e compiere la stessa operazione perché ciò consente di guadagnare punti di qualche tipo: la retorica salva-mondo di McGonigal finisce per offuscare questa differenza.

Pochi entusiasti della gamificazione sottolineano questo parallelo, ma il modo in cui la meccanica dei giochi ha invaso e colonizzato la nostra vita rispecchia da vicino la diffusione della logica del mercato nelle nostre istituzioni sociali, culturali e politiche. Utilizzare i giochi per indurre le persone a prendere i farmaci prescritti o a smettere di fumare o ad andare a scuola non è tanto diverso dal pagarle perché lo facciano: in entrambi i casi, gli effetti vanno ben al di là delle mere considerazioni di efficienza. È così irragionevole presumere che un bambino pagato per leggere libri penserà alla lettura diversamente da un ragazzo che impara ad apprezzare la lettura in sé e per sé? Come rileva il filosofo Michael Sandel in *What Money Can't Buy*, opera di critica al fondamentalismo del mercato, «ciò che nasce come meccanismo di mercato diventa norma del mercato», ¹²² trasformando il nostro atteggiamento nei confronti del bene in questione – che si tratti dell'istruzione o della salute – e queste trasformazioni non sempre portano a un miglioramento.

Con la gamificazione accade la stessa cosa: un progetto che sollecita i cittadini ad aiutare la scienza ricorrendo alle meccaniche del gioco anziché fare appello a valori più nobili finirà per trasformare il modo in cui i cittadini considerano la scienza. La meccanica dei giochi, dunque, ha implicazioni normative molto più profonde di quanto i suoi promotori pubblici siano disposti a riconoscere: se la meccanica dei giochi trasforma inconsapevolmente ciò che viene gamificato, ci

converrebbe decidere se davvero vogliamo queste trasformazioni, indipendentemente da considerazioni di utilità e di efficienza. Ciò che Sandel dice dei mercati è ugualmente vero per i giochi: «Per decidere qual è il posto del mercato e in quali casi vada tenuto a bada, dobbiamo decidere il valore da dare ai beni in questione: salute, istruzione, vita familiare, natura, arte, doveri civici e così via. Si tratta di questioni politiche e morali, non meramente economiche. Per risolverle, dobbiamo discutere, caso per caso, il significato morale dei beni e il modo giusto di valutarli». ¹²³

La gamificazione, come il self-tracking, può facilmente desensibilizzare i cittadini nei confronti della confusa realtà che li circonda. Così come la quantificazione dell'output di complessi sistemi socio-tecnici, al fine di rendere le nostre pratiche più efficaci e meno dispendiose, potrebbe precluderci la possibilità di immaginare modi per soppiantare e sostituire tali sistemi, la gamificazione può, con la sua promessa di rendere ogni attività più godibile, renderci perennemente contenti del modo vigente di fare le cose.

Chromaroma è un gioco per pendolari londinesi che attinge ai dati di viaggio salvati sui loro tesserini. Presenta belle visualizzazioni di percorsi e fermate: i giocatori possono formare delle squadre e guadagnare punti scoprendo nuovi tragitti e persino piazzando trappole nelle stazioni per le squadre avversarie. Questo gioco è stato addirittura definito dal «Guardian» come «il cambiamento che il pendolarismo londinese stava aspettando». ¹²⁴ Be', come sottolinea lo scrittore Steven Poole, «in realtà, il cambiamento che il pendolarismo londinese stava aspettando è quello di un servizio più affidabile, con linee della metropolitana che non chiudono tutti i weekend e treni che possano trasportare più di diciassette persone. Aggiungere un gioco all'attuale stato del sistema non è un cambiamento: è un cerotto luccicante e appiccicoso applicato su una ferita suppurante». ¹²⁵

Può darsi che i giocatori di Chromaroma impareranno così tanto sui disservizi del sistema dei trasporti londinese che formeranno un'associazione di cittadini per ottenere un servizio migliore. Questo è lo scenario ottimistico, ma è altrettanto probabile che si verifichi il caso opposto: invece di arrivare finalmente all'exasperazione e di passare collettivamente all'azione, i giocatori atomizzati di Chromaroma troveranno un modo migliore di trarre piacere da un pessimo servizio. L'idea che, con qualche aggiustamento, la gente possa trovare soddisfazione, persino piacere, negli ambienti più degradati non è una ragione per celebrare la gamificazione come un puro bene.

In fondo, anche i pianificatori sovietici erano entusiasti della gamificazione, sebbene non abbiano mai usato questo termine: preferivano la formula «concorrenza socialista». Questa si concretizzava mettendo in competizione tra

loro operai, collettivi e intere fabbriche per vincere il premio più ambito: l'Ordine della Bandiera rossa del Lavoro. Come osserva Mark Nelson, ricercatore nel campo dei giochi, a proposito degli esperimenti sovietici di gamificazione, «le competizioni tra le fabbriche potevano confondersi con le gare sportive: le fabbriche non si sfidavano solo sul piano della produzione, bensì anche nei campionati di calcio con le rispettive squadre. Con ciò si tentava di far leva su un autentico spirito competitivo, così come sull'orgoglio cittadino e sul tifo sportivo, secondo un'ambiziosa strategia che puntava alla gamificazione della produzione industriale». ¹²⁶ Certo, i lavoratori avranno anche tratto gratificazione dell'aspetto competitivo, ma non dovremmo ignorare che tali gratificazioni li distoglievano dal considerare le loro terribili e raccapriccianti condizioni di lavoro.

Il teorico dei giochi Ian Bogost, che è forse il critico più veemente della gamificazione, ribadisce con forza la sua posizione in un provocatorio saggio – dall'eloquente titolo *Shit Crayons* (pastelli di merda) – in cui si rileva che il poeta nigeriano Wole Soyinka riuscì a comporre bellissime poesie in carcere con mezzi di fortuna. Secondo Bogost, giochi come FarmVille concedono ai giocatori poche opportunità di esercitare la loro autonomia e creatività, e non sono tanto meglio delle carceri nigeriane: non si può far altro che cliccare e, se si è fortunati, spostare oggetti da un punto a un altro (Bogost scriveva in risposta al fenomenale successo online del suo videogame – inizialmente sviluppato con intenti satirici – in cui i giocatori possono fare ben poco, a parte cliccare su una vacca graficamente orribile). Il fatto che i prigionieri digitali, un po' come Soyinka, trovino il modo di aggirare i controlli e rimanere creativi non deve farci dimenticare che sono ancora nella cella di una prigionia. Per citare Bogost, «un tiranno travestito da stregone non merita elogi perché ha l'effetto di suscitare una strenua resilienza». ¹²⁷ La metropolitana di Londra continua a essere un disastro, anche se il viaggio è diventato più tollerabile.

«Mad Men», jeans sbiaditi e veri farlocchi

Tutti questi tentativi di «aggiustare» la condizione umana – riducendo i nostri pregiudizi mediante la quantificazione di tutto, superando la fragilità della nostra memoria mediante registrazione di ogni cosa, liberandoci dei nostri bassi e meschini interessi grazie alle imprese del settore tecnologico che ci offrono una dieta informativa più nutriente, facendo del bene attraverso la trasformazione di tutti gli aspetti della vita in un gioco – sono indicativi del disagio provato dalla Silicon Valley di fronte all'imperfezione, così come della glorificazione, da parte della stessa Silicon Valley, dei potenti strumenti a sua disposizione. I nostri re

dei geek non capiscono che l'inefficienza è esattamente ciò che ci protegge dall'inumanità del taylorismo e del fondamentalismo del mercato. Quando l'inefficienza è l'esito dell'impegno ragionato di una comunità organizzata democraticamente, non c'è bisogno di eliminarla, neanche se gli ultimi ritrovati della tecnologia consentirebbero di farlo senza sforzo.

La più grande ambizione della Silicon Valley, però, è di assicurare che tutte le nostre interazioni sociali esistano – e noi con esse – sotto il giogo dell'autenticità. La paura di sembrare inautentici, di essere dei fake, è servita da stimolo all'innovazione tecnologica quanto la pornografia. Come già osservato, la smania quantificante dei self-tracker, specialmente il loro desiderio di divulgare questi numeri, dovrebbe essere vista come un aspetto del loro tentativo di dimostrarsi – una volta per tutte – non solo autentici, bensì anche unici. Possiamo anche avere gli stessi pensieri, usare le stesse app e portare magliette identiche, ma è piuttosto rassicurante sapere che almeno il nostro DNA, l'assunzione quotidiana di calorie, il ritmo del sonno sono diversi per ognuno.

Ma la promessa implicita nel self-tracking è che, se monitoreremo tutte quelle cose fisiche per un tempo sufficiente, scopriremo modelli numerici più profondi che ci consentiranno di scoprire chi siamo veramente. Come rileva Gary Wolf, «alla base del fascino del sé quantificato c'è l'ipotesi che molti dei nostri problemi derivino soltanto dalla mancanza degli strumenti utili a capire chi siamo. I nostri ricordi sono poveri; siamo soggetti a una varietà di pregiudizi; in un dato momento possiamo concentrare l'attenzione su una o due cose soltanto». ¹²⁸ E che cosa ci vorrà per scoprire «chi siamo»? Be', dice Wolf, basterà un certo numero di gadget per il self-tracking, capaci di informare l'industria dell'assistenza sanitaria o i piazzisti di Madison Avenue. «Non abbiamo un contapassi nei nostri piedi né un misuratore del respiro né un sistema per monitorare gli zuccheri incorporato nelle vene. Siamo privi dell'apparato, sia fisico sia mentale, per avere una cognizione esatta di noi stessi. Abbiamo bisogno delle macchine.» ¹²⁹ Se Sigmund Freud fosse sopravvissuto abbastanza a lungo, sarebbe stato sostituito da un contapassi: in questo «mondo nuovo», chi può aver bisogno della psicoanalisi – questo obsoleto esercizio dell'immaginazione narrativa – per «avere una cognizione esatta di noi stessi», ora che l'opzione algoritmica appare così allettante?

Se il movimento del Sé Quantificato ci consente di affermare la nostra autenticità attraverso i numeri, i social network ci permettono di ottenere lo stesso scopo in modi più sottili e apparentemente più creativi: tenendo il diario della nostra vita, caricando le nostre fotografie preferite, utilizzando le app all'ultimo grido, intrattenendo un «social graph» (una cerchia di amici, nel gergo di Facebook) fatto di persone originali. Se si osserva la questione un po' più da

vicino, si vede chiaramente come i temi della falsità e dell'autenticità condizionino l'autopresentazione su Facebook. Mark Zuckerberg, infatti, afferma che «il social web non può esistere se online non si è davvero se stessi». ¹³⁰ Peter Thiel, il primo investitore privato in Facebook, mette a confronto l'autenticità offerta da quel social network – il cui regolamento non consente pseudonimi – con quella del suo ex rivale, MySpace, dove valeva tutto. «MySpace è un modo per indossare una maschera su Internet; chiunque poteva presentarsi come una star del cinema. [È] un fatto salutare che la gente vera abbia vinto su quella falsa» conclude. ¹³¹

Sheryl Sandberg, consigliera d'amministrazione e direttore operativo di Facebook, si spinge persino oltre nel sottolineare la centralità dell'idea di autenticità per le attività dell'azienda. «La manifestazione della nostra autentica identità diventerà ancora più pervasiva nel corso dell'anno prossimo» sottolinea in un pezzo scritto per l'«Economist» alla fine del 2011. ¹³² «I profili smetteranno di essere semplici contorni per diventare autoritratti accurati di ciò che siamo veramente, con tanto di libri che leggiamo, musica che ascoltiamo, chilometri di corsa e viaggi che facciamo, cause che sosteniamo, video di gattini che ci fanno ridere, oltre ai “mi piace” che mettiamo e ai link che postiamo. E poi, certo, questo passaggio all'autenticità richiederà un adattamento e susciterà alti lai per la privacy perduta.» ¹³³

C'è sicuramente dell'ironia nel fatto che un'azienda che deve tutti i propri guadagni alla pubblicità – un'industria in cui gente fasulla come Don Draper di «Mad Men» si trova perfettamente a proprio agio – lanci una moderna crociata in nome dell'autenticità. Questa crociata è tutt'altro che nuova, come ha mostrato Lionel Trilling in *Sincerity and Authenticity*, facendola risalire ai tempi di Shakespeare. ¹³⁴ Come giustamente rilevato da Trilling, però, se è vero che sincerità e autenticità possono tornare utili, c'è poco di ammirevole nel deliberato tentativo di presentarsi come persone davvero autentiche. ¹³⁵ Questo semplicistico impulso all'autenticità – al «dimostrarsi non solo bravi, ma anche veri, coerenti con se stessi, fedeli alla propria natura e, forse, persino a una qualche nostra idea su come dovrebbero essere gli umani» ¹³⁶ – è di per sé tutt'altro che autentico.

Come avvertiva Trilling, non dovremmo prendere l'autenticità «per una specie di vestito, per dei jeans sbiaditi, magari, per un look senza pretese», perché «non appena si cominciano ad attribuire significati morali alla moda, a un simbolo di quel genere, e non appena questi significati ... diventano il segno distintivo di un certo tipo di persona che richiede un certo tipo di rispetto», ¹³⁷ l'autenticità perde il suo valore. Certo, la nostra denuncia non dovrebbe spingersi tanto lontano quanto quella di Theodor Adorno, il quale nel suo *Il gergo dell'autenticità*

lamentava che «in nome dell'autenticità contemporanea anche un torturatore potrebbe avanzare una qualsiasi pretesa ontologica di risarcimento nella misura in cui non è stato altro che un buon torturatore». ¹³⁸ Adorno, però, ha in parte ragione: le cose autentiche non necessariamente sono buone sul piano morale, e le cose moralmente buone non necessariamente sono autentiche. Hanno importanza anche le questioni su cui noi esercitiamo la nostra autenticità. Come spiega il filosofo Charles Guignon, «l'aspetto cruciale dell'autenticità non sta solo nell'intensità dell'impegno e nel fervore dell'espressione che essa comporta, bensì anche nella natura del contenuto dell'impegno». ¹³⁹

Inoltre, nelle mani di Facebook, l'autenticità diventa soltanto un'arma retorica che alimenta le ansie dell'utente e dà luogo a una maggior quantità di dati da caricare sul sito. Quando Sheryl Sandberg scrive che i profili Facebook sono oggi «autoritratti accurati» che esprimono «la nostra autentica identità», non fa che ribadire un'ovvietà: l'unico modo per rendere questi ritratti ancora più autentici consiste nel caricare e condividere sempre più dati. Facebook, però, non sarebbe Facebook se non truccasse le carte a danno dei propri utenti. Infatti, il suo impegno per la causa della «condivisione senza attrito», in cui tutto quello che facciamo viene automaticamente condiviso, di default, a meno che noi non scegliamo espressamente di non condividere, non solo espone il nostro «autoritratto» a chiunque voglia vederlo, ma magari aiuterà altri utenti a scoprire e magari ad apprezzare le nostre canzoni e i nostri libri preferiti. Se però ci sono altri utenti a cui piacciono le cose che piacciono a voi, allora forse siete semplicemente un fake, e quindi dovrete scoprire e caricare e condividere qualcosa di assolutamente unico. È un circolo vizioso, perché nessuno su Facebook attinge mai l'autenticità. Il sogno di Sandberg di un'identità autentica è solo un intelligente slogan pubblicitario.

In questo la retorica dell'autenticità adottata da Facebook è straordinariamente simile ai dibattiti pubblici degli anni Cinquanta in America, quando ci si domandava se l'uniformità (tutti quelli che vivono in una società di massa sono essenzialmente uguali) fosse un peccato peggiore del conformismo (qualcuno adotta idee, abitudini e credenze solo per andare avanti). Questi ultimi, i conformisti, erano visti come gente fasulla che sceglieva di essere altro da sé; i primi, quelli che erano uniformi per definizione, erano visti come i fasulli sinceri: persone convinte di fare delle scelte e di essere originali, di essere davvero se stessi, mentre in realtà non lo erano affatto. La studiosa di letteratura Abigail Cheever sostiene che questa paura dell'uniformità – la possibilità, come dice testualmente, che «l'individuo americano originale non stesse semplicemente nascondendosi sotto una maschera fasulla, ma che avesse cessato del tutto di esistere» – era più grande della paura del conformismo e pervadeva

l'opera di autori diversi come J.D. Salinger e David Riesman. ¹⁴⁰

Mentre Cheever ritiene che queste paure possano essersi placate intorno alla fine del secolo scorso, è improbabile che siano scomparse del tutto. Sia Facebook sia il Sé Quantificato promettono di fornirci la prova concreta, persino numerica, dell'esistenza di una nostra identità autentica che aspetta solo di essere scoperta, e ci dicono che dobbiamo portare con noi questa identità quando ci connettiamo a Facebook, che ci sarà qualcosa di tangibile e di unico una volta che, come dice Wolf, avremo acquisito «una cognizione esatta di noi stessi». È una prospettiva allettante, persino irresistibile, che fa leva su paure antiche. È improbabile che i social network e il self-tracking ci rassicureranno sulla nostra unicità, anche perché Facebook e i produttori di dispositivi di self-tracking non hanno intenzione di compromettere i loro affari. Può anche darsi, però, che dovremo temperare la nostra fame di autenticità e ammettere che l'inautenticità non sempre ha un significato negativo e che, senza qualche piccolo inganno e un po' di ipocrisia, nessuna relazione sociale sarebbe possibile.

^{*} Gordon Bell e Jim Gemmel, *Total Recall: How the E-Memory Revolution will Change Everything*, New York, Dutton, 2009 (ed. it. *Total Recall. Memoria totale. Ricordare tutto? Inquietante*, trad. di Matteo Vegetti, Milano, Etas, 2010).

^{**} Bill Gates, con Nathan Myhrvold e Peter Rinearson, *The Road Ahead*, New York, Viking Penguin, 1995 (ed. it. *La strada che porta a domani*, trad. di Daniele Caroli e Franco Zanetti, Milano, Mondadori, 1995).

IX

Gadget intelligenti, umani stupidi

La legge morale è dentro di noi,
ma anche nei nostri apparati.

BRUNO LATOUR ¹

L'8 maggio 2012 il sito web della municipalità di Santa Monica, in California, ha pubblicato un comunicato stampa dall'aria innocua. Intitolato *La città estende l'uso di sensori nei parchimetri*, pareva normalissimo, banale e puramente tecnico, come milioni di altri documenti sfornati quel giorno dalla burocrazia americana. ²

La città di Santa Monica annunciava l'estensione del suo programma di parcheggio intelligente, vantandosi al contempo delle proprie credenziali innovative. Ma perché «intelligente»? I nuovi parchimetri sarebbero stati dotati di sensori per consentire alle autorità di monitorare la durata media di una sosta (pagata o meno). Armata di questi nuovi dati, la municipalità sperava di farsi un'idea di quanti parcheggi fossero necessari alla cittadinanza e quale avrebbe dovuto essere la durata della sosta consentita, in modo da trovare un equilibrio adatto a soddisfare le esigenze di tutti.

Il progetto sarebbe parso del tutto accettabile, se il comunicato stampa non avesse annunciato altre due «innovazioni». Primo, i sensori avrebbero permesso ai parchimetri di resettarsi automaticamente all'allontanamento dell'auto dal luogo di sosta, quand'anche il tempo prepagato non fosse scaduto. Secondo, per un automobilista sarebbe stato impossibile prolungare il tempo di sosta predeterminato aggiungendo denaro a più riprese: i sensori avrebbero identificato ogni veicolo, e una volta scaduto il tempo prefissato, avrebbero impedito al parchimetro di accettare ulteriori pagamenti.

Molti avrebbero accolto con favore persino questi due cambiamenti. Perché non fermare coloro che vogliono ingannare il sistema rimanendo oltre la scadenza prestabilita? In fin dei conti, il parcheggio gratuito non è affatto privo di costi. Come dimostrato da Donald Shoup, professore di pianificazione urbana alla University of California, Los Angeles, nel suo libro *The High Cost of Free Parking*, se si facesse pagare il parcheggio al giusto prezzo di mercato, forse la gente utilizzerebbe meno l'auto, e le casse dei comuni, sempre carenti di fondi, potrebbero contare su una fonte di introiti aggiuntiva. ³ Insomma, l'iniziativa di Santa Monica pare vantaggiosa da tutti i punti di vista.

Non dovremmo, però, esaminare altri suoi aspetti? Per tornare alla triade

futilità - perversità - messa a repentaglio di Albert Hirschman, ⁴ la prima preoccupazione non sembra un problema. Se non verrà trovato un modo semplice per sottrarsi alle regole, è probabile che gli automobilisti si adatteranno al sistema di parcheggio intelligente: non c'è quindi motivo di considerare futile il progetto, almeno non ancora. Anche l'accusa di perversità è difficile da giustificare: a prima vista, questo sistema basato sui sensori non pare peggiorare l'attuale situazione dei parcheggi.

Che dire, poi, della messa a repentaglio? Esiste una «preziosa conquista precedente», per usare il linguaggio di Hirschman, che il parchimetro intelligente rischia di compromettere? C'è, naturalmente, il consueto insieme di critiche legato alla prevenzione situazionale dei reati di cui si è parlato approfonditamente nel sesto capitolo. Forse, se universalizzassimo il progetto e proibissimo a tutti i cittadini di trasgredire la legge in qualsiasi ambito, potremmo ritrovarci con cittadini carenti sul piano morale, incapaci di comportarsi in modo corretto, a meno che le infrastrutture tecnologiche non li privino esplicitamente dell'opportunità di agire male.

Non potrebbe darsi che i parchimetri che si resettano automaticamente rischino di minare la solidarietà fra automobilisti, privando alcuni dell'opportunità di compiere gesti virtuosi e persuadendo altri che il mondo è un luogo del tutto atomizzato, dove non sono consentiti atti di altruismo? A tutta prima, simili timori sembrerebbero fondati, benché partano da una logica difettosa, dato che tali gesti apparentemente «virtuosi» (lasciare tempo di sosta prepagato a un parcheggiatore successivo) rispondono probabilmente a necessità personali, soprattutto se gli automobilisti che lasciano il parcheggio avevano pensato all'inizio di rimanere più a lungo. Il fatto che alcuni beneficino della generosità di altri dipende, perlopiù, da un sistema progettato in modo imperfetto, non dall'esplicita volontà di fare un favore a sconosciuti che casualmente parcheggiano nel posto appena liberato.

Tuttavia, prima di dare un voto completamente positivo al sistema di parcheggio di Santa Monica, proviamo a considerare un sistema alternativo. E se, anziché azzerare automaticamente il contatore del tempo di sosta non appena i sensori registrano l'allontanamento del veicolo, si offrisse all'automobilista la possibilità di decidere se lasciare il denaro nella macchinetta – affinché venga utilizzato da un parcheggiatore successivo – o resettare automaticamente il parchimetro per sostenere il bilancio municipale? E perché il sistema sia davvero «intelligente», immaginate che possa anche fornire agli utenti dati statistici sulle auto che frequentano quel parcheggio. Si tratta di veicoli nuovi ed eleganti, che solo i ricchi possono permettersi? O sono in maggioranza vecchie «carcasce», utilizzate da studenti di dottorato o immigrati clandestini?

In queste circostanze, l'automobilista sarebbe costretto a valutare i pro e i contro e a stabilire che cosa sia più importante: se combattere il traffico eccessivo, sostenere il comune ed essere un buon cittadino, o aiutare i bisognosi a pagare il parcheggio. D'un tratto, l'automobilista deve per forza riflettere sulla gravità del problema del parcheggio e rendersi conto dei fattori che lo determinano: magari al punto di ordinare una copia del libro di Donald Shoup. Se prima era impossibile indurre l'automobilista a compiere un gesto virtuoso – questo rientrava semplicemente nella progettazione del sistema –, ora il cittadino è costretto a scegliere quale delle due azioni sia più virtuosa. Al confronto, il sistema attuale, in cui la decisione viene presa in vece dell'automobilista, sembra troppo restrittivo e paternalistico.

Insomma, basterebbe apportare una piccola modifica a un banale sistema di parcheggio per creare cittadini molto diversi. Nel primo scenario, completamente automatizzato, abbiamo un sistema efficiente e cittadini con poche probabilità di riflettere sulla, diciamo così, filosofia del parcheggio: perché sia gestito in un certo modo, quali problemi sociali possano aver causato la congestione stradale, se ci siano modi migliori per porvi rimedio, ecc. Nel secondo scenario, in cui gli autisti vengono costretti a operare delle scelte e a decidere quali valori siano più importanti per loro, ci sono molte più probabilità che almeno alcuni si pongano qualche interrogativo sulle grosse, corpose questioni legate al funzionamento del traffico.

Il primo progetto cerca di massimizzare l'efficienza economica del parcheggio; il secondo, l'efficacia della nostra democrazia nello stimolare il ragionamento. Il primo non è facilmente adattabile: per massimizzare l'efficienza in altri contesti bisognerebbe mettere a punto diversi sensori e tecnologie smart. Il secondo, invece, si adatta a meraviglia: i cittadini sollecitati a ragionare in modo critico sui costi occulti delle infrastrutture invisibili che li circondano hanno molte probabilità di affrontare altri aspetti della vita con lo stesso spirito critico. Il secondo potrebbe non risultare molto conveniente sul piano economico, almeno all'inizio, ma la ricchezza che produce – la consapevolezza dei cittadini –, benché meno tangibile, è molto più importante a lungo termine.

Se partiamo dal presupposto che l'obiettivo delle politiche pubbliche dovrebbe essere la riforma, anziché il mantenimento, dell'attuale sistema di parcheggio, allora è importante che i cittadini siano attivi e in grado di ragionare sulla natura delle riforme da adottare e sui valori cui bisognerebbe dare la precedenza. Alla fin fine, quindi, può essere che le prime due categorie di Hirschman – quelle della futilità e della perversità – possano essere applicate al sistema di Santa Monica.

Se l'obiettivo dei nostri decisori politici è quello di mantenere lo status quo e di trovare un meccanismo più efficace per far rispettare le regole, il sistema di Santa Monica funziona bene. Ma se il fine è quello di trovare modi migliori, più sostenibili ed ecosostenibili di parcheggiare, e persino di gestire il trasporto nel suo insieme, allora il metodo di Santa Monica è fallimentare, in quanto ottimizza solo l'efficienza del sistema locale, e non di quello globale. In altre parole, se crea cittadini non inclini a riflettere sulle proprie abitudini di guida e parcheggio, può essere considerato fallimentare anche quando migliora la riscossione dei pagamenti dei parcheggi. La mancanza di attenzione verso il problema dei trasporti è alla base del degrado urbano e dei cambiamenti climatici. Possiamo rimandare quanto vogliamo la decisione di riflettere su temi apparentemente irrilevanti della nostra quotidianità, ma alla fine torneranno comunque a tormentarci.

Treni vittoriani e baite nel Montana

Per certi versi, vari sistemi smart come quello di Santa Monica presentano lo stesso problema del self-tracking: se la quantificazione ci offre l'opportunità di risparmiare dieci litri d'acqua senza indurci a riflettere su come l'acqua arrivi nei nostri bagni, per esempio, forse allora il risparmio non è significativo come crediamo e potrebbe indurci a smettere di cercare metodi più innovativi di riformare il sistema idrico. In questo senso, il sistema di Santa Monica è futile (secondo il ragionamento di Hirschman) poiché non cambia davvero il modo in cui i cittadini affrontano il problema del parcheggio e del traffico urbano. Ed è anche potenzialmente perverso, soprattutto se crea cittadini che non sentono più il bisogno di mostrarsi sensibili verso altri automobilisti, la municipalità o l'ambiente, ove manchino parchimetri intelligenti e altre forme di imposizione delle regole.

Simili sistemi impediscono lo sviluppo di quella che in precedenza abbiamo chiamato «immaginazione narrativa» e che alcuni teorici del design definiscono «pensiero sistemico»: un approccio intellettuale che salvaguarda sia la complessità delle cause sia quella degli effetti di un problema e che, anziché ridurre le fonti dello stesso problema a una manciata di fattori facilmente identificabili e controllabili, cerca di ridefinirli nel senso delle relazioni, delle strutture e dei processi. In effetti, è stato dimostrato che gli studenti di design abituati a pensare in termini di sistemi e che approfondiscono anche altre discipline estranee al design, quali la psicologia, l'antropologia, lo sviluppo economico o l'ecologia, tendono a trovare soluzioni più innovative e sostenibili rispetto ai loro colleghi abituati a ragionare come ingegneri attenti solo

all'ottimizzazione dell'efficienza.

I progetti tecnologici ben concepiti possono ampliare – e non restringere, come obietterebbero invece i tecnofobi – sia gli spazi di riflessione sui problemi collettivi sia la varietà dei modi in cui possiamo esercitare un comportamento virtuoso e una cittadinanza attiva. Il vero problema del sistema di Santa Monica non è la sua intelligenza, bensì la sua scarsa intelligenza: se fosse davvero smart, troverebbe il modo di trasformarci in esseri umani più riflessivi e attenti al prossimo. Lo sviluppo tecnologico può certamente assisterci in questa missione, ma perché ciò sia possibile i tecnologi e gli ingegneri sociali che lo guidano dovrebbero cambiare mentalità.

Lo scrittore spagnolo José Ortega y Gasset scrisse una volta che «per essere ingegnere ... non basta essere ingegnere». ⁵ È un'intuizione più profonda di quel che potrebbe sembrare a prima vista. È improbabile che un ingegnere consapevole delle immense sfide implicite nel vivere in una comunità morale – l'adattamento ad altri esseri umani e i conflitti – si concentri sulla sola efficienza. Come dimostra l'esempio di Santa Monica, non c'è alcun bisogno di abbandonare del tutto le soluzioni tecnologiche; piuttosto, sarebbe auspicabile una progettazione alternativa e aperta, in grado di ottenere risultati simili, ma che consenta alle persone di continuare a operare quelle scelte ardue e difficili che le distinguono dalle macchine, capaci nella loro sorda e insensibile brutalità di operare solo secondo il programma.

Uno dei più gravi errori teorici degli ultimi decenni è quello per cui la tecnologia non dovrebbe interferire con le questioni morali; al contrario, dovrebbe seguire il suo percorso attentamente predefinito e distinto da quello degli esseri umani e dai loro progetti politici, come per esempio il liberalismo. La moralità sta da una parte, la tecnologia dall'altra: le due non dovrebbero mai sovrapporsi. Secondo questa concezione – espressa in modo particolarmente eloquente dal teologo francese Jacques Ellul e promossa con zelo negli anni Settanta e Ottanta dai suoi numerosi seguaci in America e in Canada –, la tecnologia, agendo alla sua maniera subdola e autonoma, può solo compromettere la moralità. Se non la si tiene a bada, essa produce quel che Neil Postman ha chiamato «tecnopolio», ossia una società in cui «la cultura cerca la propria giustificazione nella tecnologia, trova le proprie soddisfazioni nella tecnologia e prende ordini dalla tecnologia». ⁶

Tutta questa magniloquenza, con il fervore quasi religioso che suscitava, è ormai più che superata. È ora di rinunciare a questi discorsi sulla «Tecnologia» con la T maiuscola e di ragionare invece su come diversi tipi di tecnologia possano essere d'aiuto o nuocere alla condizione umana. Per quanto riguarda le categorie analitiche, la «Tecnologia» racchiude in sé le stesse promesse di

«Internet»: è molto difficile essere precisi, vista la quantità di pregiudizi culturali prodotti e implicati da questi termini. Quando si passa a un livello di analisi più terreno – cioè, più dettagliato, empirico e preciso sul piano analitico –, noteremo probabilmente varie cose che potrebbero essere sfuggite ai teologi francesi.

Potremmo scoprire per esempio che, in assenza di un supporto tecnologico, sarebbe impensabile persino il liberalismo. I riformatori liberal non si sono quasi mai dissociati dalla tecnologia. Oscar Wilde aveva ragione: la schiavitù meccanica è la preconditione della liberazione umana. O, per dirlo con le sue stesse parole, «a meno che non ci siano degli schiavi per svolgere il lavoro brutto, orribile e poco interessante, la cultura e la contemplazione divengono quasi impossibili. La schiavitù umana è sbagliata, insicura e demoralizzante. Dalla schiavitù meccanica, la schiavitù delle macchine, dipende il futuro del mondo». ⁷

Chris Otter, storico della scienza e della tecnologia della Gran Bretagna vittoriana, sottolinea in modo convincente che valori tipici di quell'epoca, la puntualità, la pulizia e l'attenzione, presuppongono l'esistenza di orologi affidabili, di acqua corrente e di buoni occhiali, senza i quali tali valori non sarebbero mai neppure emersi come tali. Otter arriva addirittura ad affermare che «molte delle caratteristiche della soggettività liberale sarebbero state impossibili in assenza di una tecnologia corrispondente. Il soggetto mobile non sarebbe stato nulla senza i treni; il soggetto attento non sarebbe stato tale senza gli occhiali e la fiamma del gas; il soggetto puntuale sarebbe arrivato in ritardo senza l'orologio; il soggetto pulito sarebbe stato sporco senza la vasca da bagno e il gabinetto in casa; l'industriale sarebbe andato in rovina senza i motori a vapore e la connessione telegrafica alla borsa valori». ⁸

Certo, non tutti i problemi possono essere risolti con la tecnologia e, come abbiamo visto nel sesto capitolo a proposito della prevenzione situazionale dei reati, probabilmente è meglio così. In alcune situazioni è preferibile l'intervento della politica e della legge, perché creano migliori condizioni per l'emergere di un dibattito su una data questione.

Ovviamente, però, ciò non vale per tutti i problemi senza distinzioni: la politica e la legge non sono in grado di trasportarvi da New York a Los Angeles né di pulirvi la casa, a meno che voi non diventiate dei dittatori e non costringiate qualcun altro a farlo per voi. Altrimenti, potete procurarvi un aspirapolvere! Insomma, in molte circostanze le soluzioni tecnologiche potrebbero risultare inevitabili, ma non per questo è il caso di gridare al «tecnopolio» e di ritirarsi in una baita del Montana.

Ammettere che in certi casi le soluzioni tecnologiche sono inevitabili non equivale comunque ad affermare che siano tutte ugualmente buone o cattive,

anche quando sono efficaci. Il fatto che siano «tecnologiche» non significa un granché, in quanto la «tecnologia» in sé non dice molto sulle loro implicazioni morali. Se ammettiamo che «tecnologico» non significa per forza «amorale» o «disumano», né tantomeno «antidemocratico», dobbiamo esaminare ogni singolo sistema tecnologico e immaginare un sistema alternativo in grado di raggiungere gli stessi obiettivi stimolando però maggiormente il dibattito, le riforme e la riflessione. In altre parole, anziché riproporre il solito discorso sulla preferibilità delle soluzioni sociali, dovremmo elaborare un modo migliore di valutare, confrontare e distinguere le soluzioni tecnologiche.

Insomma, per decidere quale sia la soluzione tecnologica migliore, dobbiamo ripensare al monito di Ortega, secondo cui non basta essere ingegneri per essere ingegneri: non esiste un modo «giusto» per progettare il sistema di parcheggio di Santa Monica, e dovremmo smetterla di fingere che, invece, ci sia.

Radio, bruchi e lampade

Noi umani non conduciamo esistenze elegantemente progettate, modellate e perfezionate attraverso minuziosi test tecnici finalizzati a eliminare ogni imperfezione. Al contrario, abbiamo obblighi spesso in contraddizione fra loro e progetti di vita complicati. Spesso, per orgoglio, o anche per altruismo o patriottismo, facciamo cose che in realtà vanno contro il nostro interesse personale. Non riusciamo a reagire agli stimoli, oppure arriviamo al punto di amarli così tanto da non reagire più a nient'altro. Viviamo in un mondo che pare solido e permanente, salvo poi scoprire che in realtà non lo è affatto, e che molte delle abitudini che ormai diamo per scontate fanno male al pianeta o al prossimo o agli operai adolescenti della Cambogia, o magari agli scoiattoli del Tagikistan o a qualche comunità ancora senza nome che solo ora sta cominciando a manifestare il proprio dissenso nei confronti del nostro stile di vita.

Il nostro mondo è permeato da conflitti e antagonismi – un fatto spesso positivo, perché in tal modo nessun gruppo particolare può godere troppo a lungo di un'egemonia quasi universale – e le nostre leggi sono formulate in modo imperfetto e richiedono continue revisioni e reinterpretazioni. Tutte le nostre azioni hanno conseguenze imprevedibili, ma anziché allontanarci da questa situazione difficile, dovremmo cercare di ricostruire le nostre strutture sociali e politiche di conseguenza. Abbiamo un debole per le tecnologie, persino le più insignificanti, ma solo di rado riconosciamo che il loro impiego dipende da vasti sistemi socio-tecnologici, come la fornitura dell'acqua e ora il *cloud computing*, perlopiù invisibili ai nostri occhi, ma con conseguenze ben più importanti dell'uso che noi facciamo delle tecnologie rese possibili da questi

sistemi.

Questa visione della condizione umana si presta a un insieme molto vario di soluzioni tecnologiche. Si confronti la nostra solita sospetta, l'elettricità misurata dai contatori, con l'approccio delle cosiddette «erratic appliances», o elettrodomestici incostanti, definito da un gruppo di designer svedesi dell'Interactive Institute.⁹ Anziché partire dal presupposto convenzionale secondo cui le nostre macchine dovrebbero funzionare alla perfezione e rimanere nell'ombra, senza mai minacciare la nostra fiducia nell'abbondanza delle risorse che producono e consumano, i designer svedesi hanno deciso di costruire elettrodomestici che, appena i consumi superano una certa soglia, cominciano a comportarsi stranamente. Il funzionamento bizzarro è intenzionale, cioè finalizzato a introdurre aspetti di rischio e indeterminatezza nell'uso degli apparecchi elettrici. Per esempio, un tostapane funzionerà in modo diverso a seconda del consumo complessivo di elettricità all'interno della casa; in tal modo, gli utenti sono costretti a operare delle scelte, poiché il bollitore acceso potrebbe interferire con il funzionamento del tostapane o del miscelatore o della macchinetta del caffè. L'intento del progetto, come riconoscono gli stessi svedesi, è abbastanza scherzoso. L'umorismo, però, solleva importanti questioni.

Un altro prototipo di elettrodomestico incostante è una radio che, appena il consumo di energia supera un certo livello, si sintonizza su un'altra frequenza. I designer svedesi hanno modificato una normale radio installando un sensore – non tutti i sensori ci rendono schiavi! – in grado di misurare i campi elettrici nei dintorni dell'apparecchio. Immaginate avidi ascoltatori che si portano la radio in cucina per non perdersi il programma preferito mentre si preparano da mangiare. Mentre si muovono nella stanza, la ricezione del programma diventa sempre più difficoltosa, poiché il suono prodotto dalla radio rispecchia la forza del campo elettromagnetico in quel luogo. Come osservano i designer, «è come aggirarsi in una zona contaminata con un contatore Geiger».¹⁰

Si tratta della radio più funzionale del mondo? Certamente no, ma l'obiettivo dei designer non era quello di creare un apparecchio ultrafunzionale, bensì quello di dimostrare che la radio dipende dall'energia elettrica, cosa che i progettisti convenzionali hanno sempre cercato in tutti i modi di nascondere. Questa presa di distanza dalla comodità dell'uso è intenzionale, scrivono gli svedesi: «Abbiamo cercato di mettere in discussione il tipico modo di vedere l'energia e la tecnologia come cose che devono rimanere nell'ombra».¹¹ Tuttavia, aggiungono, l'utilizzo non deve risultare compromesso del tutto; probabilmente è possibile trovare maggiore equilibrio fra la sensibilizzazione dell'utente sul consumo di energia e la fruizione del programma radiofonico preferito. D'altro canto, promuovendo quelle che loro chiamano «user-

unfriendliness» (disagi per l'utente) e «parafunzionalità», i designer svedesi cercano di «scoraggiare l'assimilazione ideologica acritica e di incentivare lo scetticismo aumentando la distanza poetica fra la gente [e] i prodotti». ¹² Il progetto di «aumentare la distanza poetica» si abbina abbastanza bene all'obiettivo di estendere l'immaginazione narrativa, discusso in precedenza.

Analogamente, un trio di designer tedeschi dell'Università d'arte Folkwang si sono riproposti di costruire i cosiddetti «prodotti trasformativi», che aspirano a instaurare «dialoghi senza parole» con i loro proprietari. ¹³ Un esempio è il Caterpillar, una prolunga (a forma di bruco, come dice il nome) che cerca di indurre il proprietario a riflettere sull'energia che si spreca quando si lasciano i dispositivi in stand-by. Il Caterpillar ha tre modalità; quando l'apparecchio collegato – per esempio, un televisore – è acceso, il bruco respira piano e in modo poco invasivo; se invece è spento, non fa nulla; ma se il televisore è in stand-by, il bruco comincia a contorcersi e a dibattersi come se stesse soffrendo. I proprietari provvederanno ai suoi bisogni come se fosse un essere vivente? Forse no, ma se il bruco aggiungerà sostanza e profondità alla loro esperienza dell'uso delle prolunghine, la missione sarà comunque compiuta.

Il preciso intento dei designer è quello di spingerci all'azione, affidandoci un compito che avrebbero potuto facilmente risolvere al posto nostro: il Caterpillar avrebbe potuto semplicemente individuare i dispositivi in stand-by e spegnerli automaticamente. Un simile sistema, come quello del parcheggio intelligente a Santa Monica, avrebbe ottimizzato l'efficienza locale ed economica, ma a discapito di quella globale e deliberativa. L'automatizzazione della virtù in un certo caso, come abbiamo visto, potrebbe richiedere un'automatizzazione generalizzata, per non dire del fatto che, sul piano energetico, ciò potrebbe determinare consumi complessivi ancor più sfrenati.

I designer del Caterpillar vedono l'attrito – non l'efficienza e la comodità – come una risorsa produttiva che, se ben impiegata, può mettere in evidenza questioni complesse molto difficili da cogliere in un mondo in cui tutto fila liscio.

Un altro loro prodotto trasformativo è la lampada da lettura Forget Me Not (non ti scordar di me). Appena l'accendi, questa comincia a chiudersi come un fiore, e la luce diventa sempre più fioca e cupa. Perché si riapra e torni a brillare, l'utente deve toccare un petalo. In tal modo intrattiene un dialogo costante con la lampada, consapevole – si spera – dell'importanza di fare un uso corretto dell'energia.

Possiamo considerare la prolunga Caterpillar e la lampada Forget Me Not alla stregua di soluzioni tecnologiche? Non si tratta piuttosto di non-soluzioni tecnologiche, dato che ci costringono a mettere in discussione quel che

normalmente diamo per scontato? Probabilmente è più giusta la seconda definizione, ed è proprio questo l'intento dei designer. Come osservano loro stessi, «il Caterpillar o la Forget Me Not ... non risolvono problemi, bensì ne creano. Di solito, la tecnologia viene vista come un mezzo per risolvere problemi e, di conseguenza, si pensa che i dispositivi ben progettati debbano seguire un'estetica dell'efficienza, della comodità e – in definitiva – dell'automazione. Anziché adattarsi alle abitudini più consolidate, i prodotti trasformativi tentano di bloccarle. Creano intenzionalmente attrito». In altre parole, mentre le tecnologie moderne, per la maggior parte, ci offrono un'esistenza priva di problemi – si pensi alla promessa di un'esperienza «automatica, fluida, senza soluzione di continuità» contenuta in uno slogan pubblicitario della Apple ¹⁴ – «questi apparecchi guastafeste devono essere ammansiti e l'unico modo per farlo è ragionare sul loro funzionamento e sulla loro combinazione». ¹⁵

Tutti questi progetti aspirano a sensibilizzarci sul nostro «inconscio tecnologico», a scoprire le infrastrutture che rendono possibili le nostre tecnabbuffate, a superare il riduzionismo dei numeri, il paternalismo delle spinte gentili e la semplicità della gamificazione, per rivolgersi agli utenti come cittadini e non come consumatori che comprendono solo il linguaggio dei prezzi e dei punti percentuali, o come bambini inaffidabili, se non come le cavie di Skinner incapaci di comportarsi correttamente in assenza di incentivi diretti. Tutti questi progetti partono dal presupposto che gli utenti siano in grado di pensare, riflettere e individuare i propri bisogni e le proprie cure; gli utenti vengono immaginati come esseri umani complessi che, utilizzando questi apparecchi, non solo prendono decisioni inevitabili e dolorose in base ai valori a cui tengono, ma che forse, interagendo con gli elettrodomestici, arriveranno persino a rivedere questi stessi valori. Questi utenti sono individui completamente diversi dagli automi prefigurati dalla teoria della scelta razionale e dall'economia classica, che affrontano ogni questione basandosi su principi fissi e ben definiti e su una perfetta comprensione delle loro curve di utilità.

Il Natural Fuse e i suoi avversari

In assenza di una solida impalcatura teorica, tutti questi «elettrodomestici incostanti» e «guastafeste tecnologici» possono essere facilmente liquidati come bizzarrie del fantasioso design postmoderno. Il fascino del funzionalismo – in soldoni, l'idea che le tecnologie che utilizziamo abbiano funzioni e finalità chiaramente predefinite e che i progettisti dovrebbero fare del loro meglio per costruire apparecchi in grado di esprimerle in modo convincente – ci impedisce quasi di sostenere che, al contrario, i designer hanno la responsabilità di usare gli

oggetti che costruiscono per stimolare dibattiti.

Ma questo argomento regge solo se affermiamo che l'abitudine di riflettere sulle tecnologie che utilizziamo – e sui più ampi sistemi socio-tecnici che le rendono possibili – costituisce una funzione importante in sé e per sé. E se cambiassimo il presupposto iniziale del funzionalismo – e cioè che ci sia ampio consenso su quel che un determinato apparecchio dovrebbe fare e non fare – e adottassimo invece un approccio più deweyano, che consideri tali concezioni come temporanee e contingenti, e sempre emendabili mediante il dibattito e il ragionamento?

In questo nuovo sistema, l'obiettivo del design non è solo quello di costruire un oggetto per soddisfare un autentico bisogno sociale «esteriore», bensì anche quello di farci riflettere su come quel bisogno sia emerso e sia diventato un progetto degno di essere perseguito, e su come forse, tutto sommato, potrebbe anche non meritare di essere perseguito. I designer non dovrebbero estorcere risposte agli utenti, bensì facilitare la formulazione di domande cui si possa rispondere in un modo o in un altro. Il Caterpillar e la lampada Forget Me Not fanno esattamente questo; i loro omologhi comuni, no.

Entrambi i progetti rientrano nella categoria dell'«adversarial design» (design antagonistico), un nuovo modo di pensare la tecnologia e la politica formulato dal teorico del design e dei mass media Carl DiSalvo.¹⁶ Vale la pena di analizzare in profondità il pensiero di questo studioso, se non altro perché fornisce l'essenziale impalcatura teorica per trasformare le intuizioni disordinate degli «elettrodomestici incostanti» e dei «guastafeste tecnologici» in un programma paradigmatico e in una filosofia del design.

Basandosi sulle opere di teorici della politica come Carl Schmitt e Chantal Mouffe, DiSalvo descrive un nuovo modo di progettare le cose che, invece di puntare a promuovere il consenso e l'efficienza, si ispira a un'idea di antagonismo e di contestazione generalizzata delle norme e degli aggiustamenti politici e sociali. «Se abbandoniamo l'idea che una qualsiasi forma di design possa affrontare in modo esaustivo o anche solo adeguato le nostre inquietudini sociali o risolvere i problemi sociali,» scrive «il design antagonistico è in grado di fornire gli spazi di confronto – sotto forma di prodotti, servizi, eventi e processi – attraverso i quali le inquietudini e le questioni sociali possono [essere] espresse e affrontate.»¹⁷

DiSalvo sciorina numerosi esempi per dimostrare che cosa significhi, in concreto, design antagonistico: mappe del crimine che, anziché mostrare sulla pianta di una città la distribuzione dei reati, segnalano quali quartieri hanno la più alta concentrazione di ex residenti che si trovano in carcere; estensioni del browser che forniscono informazioni aggiuntive sul finanziamento dei siti web

di certe università da parte delle forze armate o traducono tutti i prezzi indicati da siti come Amazon nel loro equivalente in barili di petrolio, sulla base del prezzo corrente del greggio; l'ombrello munito di luci elettriche che scombussolano gli algoritmi di riconoscimento facciale incorporati nelle telecamere di sorveglianza. Ci sono però due esempi particolarmente degni di nota. Uno è il progetto Spore 1.1 di Matt Kenyon e Doug Easterly, costruito intorno a un albero della gomma acquistato al negozio Home Depot, con la garanzia che se fosse morto entro un anno sarebbe stato sostituito. ¹⁸ L'albero è collegato a un sistema di innaffiamento che funziona secondo un principio abbastanza bizzarro: ogni venerdì controlla l'andamento delle azioni di Home Depot alla borsa di New York. Se è negativo, la pianta rimane a secco; se invece è positivo, viene annaffiata. Se l'albero muore, viene sostituito e il processo ricomincia daccapo. In una breve relazione scritta da Kenyon e Easterly, si rilevava che la pianta era già morta cinque volte, perché riceveva troppa acqua. Il progetto artistico aveva l'intento di indurre gli osservatori a riflettere sul costo potenzialmente elevato, ancorché invisibile, della crescita economica incontrollata: è un po' strano che un albero della gomma, originario del Sudest asiatico e «simbolo di vita ed ecologia», sia rimasto «intrappolato in un ecosistema artificiale, in attesa degli arcani risultati della borsa newyorchese». ¹⁹

Un altro esempio memorabile del design antagonistico di DiSalvo è il Natural Fuse, un progetto artistico realizzato da Usman Haque, architetto residente a Londra. ²⁰ Per comprendere l'intervento creativo di Haque è utile sapere qualcosa delle strategie adottate per combattere i cambiamenti climatici. Molti interventi attuali si basano sulla compensazione delle emissioni di carbonio, tenendo conto del fatto che alle nazioni e alle grandi industrie è concesso un tetto massimo di rilascio di sostanze tossiche nell'atmosfera. Quando questo viene superato, devono essere acquistate ulteriori concessioni, e il denaro ricavato dalle vendite di solito viene impiegato per costruire i cosiddetti «carbon sink», ossia bacini naturali o artificiali di assorbimento (o sequestro) dell'anidride carbonica.

La logica della compensazione del CO₂ – e l'idea che la sostenibilità possa essere ottenuta mediante transazioni di mercato – è ora passata dalle nazioni e dalla grande industria al livello degli individui. Oggi ci viene chiesto, infatti, di tenere d'occhio – un'altra istanza di self-tracking – la nostra impronta di carbonio e di ridurre al minimo le nostre emissioni di CO₂ acquistando prodotti più efficienti o utilizzando metodi di trasporto più ecologici. Ma mentre sviluppiamo la capacità di monitorare la nostra impronta di carbonio, sappiamo davvero che cosa significano quei numeri? Oppure queste misurazioni sono un

altro modo per indurci a compiacerci dei nostri sacrifici senza che vengano apportati cambiamenti decisivi al sistema? Conosciamo l'importanza relativa del nostro minuscolo contributo? I nostri piccoli sforzi sarebbero sufficienti, se compiuti da tutti, a invertire le preoccupanti tendenze attuali? O sarebbero comunque necessari altri drastici provvedimenti? La maggior parte di noi non lo sa e probabilmente preferisce non saperlo, purché si possa continuare a bilanciare la propria autoindulgenza acquistando prodotti in negozi online dal ridotto impatto ambientale (probabilmente alimentati da server che producono molte più emissioni di quelle che noi facciamo risparmiare acquistando «prodotti sostenibili»).

L'intento del Natural Fuse è quello di superare il riduzionismo dei numeri e di offrire ai cittadini la possibilità di comprendere meglio la logica e l'etica delle compensazioni di carbonio. In altre parole, cerca di promuovere l'immaginazione narrativa e di farci pensare al carbonio in termini di strutture, relazioni e sistemi, e non solo di numeri. Funziona così: immaginate un gruppo di piante d'appartamento collegate a sensori, a loro volta connessi a una rete di computer, attaccati a una presa elettrica domestica da cui proviene tutta l'energia della casa. Se volete accendere una lampada, per esempio, dovete attaccarla alla stessa presa collegata alle piante. Queste funzionano come bacini di assorbimento del carbonio; la lampada rimarrà accesa finché le piante saranno in grado di assorbire tutta l'anidride carbonica che produce; di norma, il tempo varia da pochi secondi a qualche minuto. Altre piante vengono distribuite ai vicini e a tutti coloro che sono collegati alla rete di computer.

Ogni pianta ha un interruttore con su scritto «off/altruista/egoista». Quando la vostra lampada si spegne, dovete affrontare un dilemma: potete scegliere la modalità egoista e prendere in prestito quote di energia da altre piante in modalità altruista collegate alla rete. Un complesso sistema di sensori incorporato in tutte le piante comunica con il server centrale, che assegna quote in base ai livelli energetici e alla capacità di compensazione di CO₂ di ogni pianta. Se il vostro desiderio egoistico di alimentare la vostra pianta toglie troppa energia a un'altra, quest'ultima muore; quando ciò accade, tutti i partecipanti ricevono una e-mail in cui vengono informati del decesso. Una volta che una pianta ha raggiunto la quantità di morti consentite (tre), nella terra del vaso viene versata automaticamente una bottiglia di aceto, che fa morire la pianta per davvero.

Grazie al Natural Fuse, l'assorbimento di anidride carbonica non avviene in qualche paese sperduto, lontano dagli utenti, bensì direttamente in casa loro, e decisioni dolorose che noi, come consumatori, mai avremmo pensato di dover prendere, diventano all'improvviso visibili per noi come cittadini. Possiamo

scegliere di perseguire i nostri desideri individuali – a scapito di tutti gli altri – oppure cominciare a interrogarci su come contribuire al bene comune.

Il progetto del Natural Fuse è estremamente interessante e quanto mai antagonistico, perché evita le rassicurazioni dell'equilibrio e del consenso – di solito, presentate alla maniera di Oprah Winfrey: «Se lavoriamo sodo, si aggiusta tutto» – che accompagnano invariabilmente le esortazioni all'adozione di un comportamento volto al risparmio energetico. Come sottolinea DiSalvo, il conflitto è incorporato nel sistema stesso dell'operazione del Natural Fuse. «Per definizione, permette e quasi richiede agli utenti di ingaggiare una gara fra loro. In effetti, non si capisce bene se l'equilibrio ricercato dai bacini di assorbimento e dai programmi di assorbimento delle emissioni di anidride carbonica sia raggiungibile con Natural Fuse.» ²¹

Il fatto che il Natural Fuse non abbia pretese normative o prescrittive – non esiste un modo «giusto» di utilizzarlo – è la sua caratteristica fondamentale, non certo un difetto. Non punisce coloro che consumano troppo né premia coloro che condividono con gli altri, ma rivela le relazioni materiali che definiscono le nostre abitudini di consumo e mette in luce le questioni etiche in esse implicite. Non mira a ottimizzare l'efficienza energetica, bensì piuttosto quella deliberativa, per costringere gli utenti ad affrontare temi che preferiscono ignorare. Al pari dei prodotti trasformativi che, invece di fornire soluzioni facili, cercano di suscitare il dibattito, secondo DiSalvo il Natural Fuse «anziché utilizzare il design come mezzo per trovare una soluzione ... lo impiega per problematizzare la situazione». ²²

Il Natural Fuse mette in evidenza il problema delle compensazioni delle emissioni di anidride carbonica, ma la visibilità che offre è molto diversa da quella fornita da numerosi calcolatori di compensazioni di carbonio disponibili online; è un tipo di visibilità più complesso, superiore: non solo sappiamo quanta anidride carbonica dobbiamo assorbire per compensare l'energia che utilizziamo, bensì abbiamo un'idea precisa di quanti sacrifici dobbiamo fare – sia noi sia gli altri – perché l'anidride carbonica venga assorbita. Il sociologo Anthony Giddens distingue la coscienza «pratica» da quella «discorsiva». ²³ La prima, caratterizzata dall'interazione ripetitiva e abituale, si riferisce alla consapevolezza quotidiana che abbiamo di come dobbiamo fare le cose; la seconda, caratterizzata da una maggiore riflessività sulle nostre azioni, si riferisce alle condizioni sociali in cui facciamo le cose.

La coscienza pratica, insomma, ci aiuta a trovare l'interruttore della luce quando usciamo di casa; quella discorsiva spiega come mai spegniamo le luci. Se le nostre abitudini di consumo energetico operano perlopiù al livello della coscienza pratica – il che spiega in parte l'esistenza del problema dei

cambiamenti climatici –, progetti come il Natural Fuse ci permettono di farle salire al livello della coscienza discorsiva. Perciò, se il self-tracking e il lifelogging di tipo convenzionale ci offrono un tipo di visibilità che non si spinge oltre la coscienza pratica, l'autoriflessione indotta da progetti come il Natural Fuse pone in rilievo non solo le nostre azioni, bensì anche le relazioni sociali in cui avvengono, permettendoci di esercitare la nostra immaginazione narrativa.

Tenete presente che il Natural Fuse è tutto fuorché antitecnologia. Senza i sensori moderni e la possibilità di collegare gli utenti con la rete di computer non sarebbe stato neppure realizzabile. Non disprezza i numeri; al contrario, la quantificazione del nostro consumo di energia e della capacità delle piante di assorbire anidride carbonica è alla base del progetto. Tuttavia, anziché sfruttare strumenti, reti e tecniche per darci una falsa impressione di controllo e padronanza sul mondo circostante, esso cerca di dimostrarci che forse sarebbe il caso di sovvertire, anziché ottimizzare, i sistemi a cui ci affidiamo. Ci promette un altro modo di pensare alle difficoltà del momento, e non solo la capacità di risolverle velocemente. I sensori, le reti e i numeri non sono nemici; diventano tali solo quando si mescolano a ideologie sconsiderate, monodimensionali e ingenuie.

I giochi possono essere ripensati secondo la logica del design antagonistico. Non è che non possano essere utilizzati per esprimere una preoccupazione politica o costringere i cittadini a riconoscere e ad affrontare questioni che preferirebbero ignorare; il punto è che il modo in cui sono stati sfruttati vari elementi dei giochi – la «meccanica», come la chiama l'industria della gamificazione – ha molte probabilità di creare cittadini amanti del divertimento, ma docili, incapaci di mettere mai in discussione alcunché, a meno che qualcuno non prometta loro un bollino d'oro. Come ha dimostrato il teorico dei giochi Ian Bogost nel suo *Persuasive Games*, i giochi che cercano di persuadere i giocatori senza permettere loro di riflettere sono l'ennesima forma di coercizione – per quanto morbida, forse – e non di persuasione. ²⁴

«Ma chi se ne frega di riflettere, se otteniamo i risultati che vogliamo? Se strutture che simulano un risultato possono indurre i bambini a lavarsi i denti o gli adulti a fare più ginnastica, perché ha importanza la motivazione personale originale?» si domanda Bogost. ²⁵ È difficile non concordare con la sua risposta: «Perché la cultura, per prosperare, ha bisogno della riflessione e della logica». Se, dopo aver riflettuto a lungo, non riusciamo a trovare una logica in una determinata attività, allora forse dovremmo smettere di svolgerla. Le peggiori istanze di gamificazione, però, non lasciano spazio alla riflessione e in numerosi processi sociali e politici inseriscono una specie di pilota automatico, cosicché i cittadini non si occupano più di certe questioni perché è giusto, bensì perché ciò

consente loro di ottenere la migliore combinazione di bollini.

Si confrontino due giochi che rivendicano un'ispirazione sociale in quanto cercano di sensibilizzare i giocatori su un problema come l'obesità. Zamzee è un gioco messo a punto da un'associazione no-profit chiamata HopeLab e creata dalla moglie del fondatore di eBay, Pierre Omidyar. ²⁶ L'idea che sta dietro il gioco è semplice: i bambini indossano autentici monitor che tengono sotto controllo la loro attività fisica e guadagnano punti a seconda di quanto movimento fanno. Di recente, la CNN ha parlato di un quattordicenne che aveva ottenuto 200 punti per aver portato fuori il cane e 500 per aver fatto un chilometro e mezzo di corsa. ²⁷ Dopo aver accumulato un totale di 47.074 punti, li aveva riscattati facendosi dare dei Lego e carte prepagate di Best Buy per un valore di 150 dollari. Chi finanzia questa conversione dei punti in beni materiali? I suoi genitori, naturalmente: grazie al monitor, possono controllare l'esercizio fisico del figlio e decidere che, ottenuto un certo risultato, riceverà da loro le carte prepagate o altro. Abbiamo buoni motivi per dubitare dell'efficacia di Zamzee. Diversi studi, in passato, hanno dimostrato che gli adolescenti sono molto volubili, e i genitori ben presto notano che i figli pretendono di essere pagati per fare letteralmente qualsiasi cosa. Non è questa però la sede per preoccuparci di tale problema. Più interessante è il tipo di mentalità che un gioco come Zamzee suscita nelle persone riguardo a questioni come la salute e l'obesità. Probabilmente, la narrazione dominante suona più o meno così: se mi impegnerò abbastanza, ce la farò. Insomma, essere magri e sani dipende dal comportamento individuale: ha dunque ben poco a che vedere con fattori strutturali come il reddito familiare, la possibilità di mangiare sano o i rischi che si corrono a fare jogging nel proprio quartiere.

Ora paragoniamo Zamzee con un gioco come Fatworld, ideato da Ian Bogost. ²⁸ A differenza di Zamzee, che si svolge interamente nel mondo reale, Fatworld è un gioco più convenzionale, svolto interamente in un mondo virtuale popolato di personaggi da cartone animato. Ciononostante, è molto più efficace di Zamzee nel rendere la complessità del problema dell'obesità. In Fatworld si comincia scegliendo per il proprio personaggio determinate condizioni di peso e salute, e la relativa predisposizione al diabete, alle cardiopatie o alla sovralimentazione. Poi si decide che cosa mangiare e quanto esercizio fisico fare, accertandosi che le due cose siano in equilibrio. Si viene anche sollecitati a comprendere che cosa significhi operare scelte nutrizionali per altre persone, ideando menu per il proprio ristorante. Il realismo è impeccabile: si può influenzare la politica corrompendo funzionari del Govern-o-Mat e, se uno se lo può permettere, fare un check-up completo presso la Health-o-Mat. Come dice Bogost, «l'obiettivo del gioco non è dire alla gente che cosa debba mangiare o

come fare ginnastica, bensì mostrare le relazioni complesse e intricate che intercorrono fra alimentazione e fattori come il reddito, il mondo fisico, i sussidi e le normative». ²⁹

Fatworld, ottimo esempio di design antagonistico, descrive l'obesità come un problema altamente complesso e multidimensionale, che non può essere risolto mediante la sola responsabilità individuale. Il gioco induce gli utenti a pensare alle riforme, non solo al sacrificio personale. Incoraggia i giocatori a fare ginnastica? No, ma li fa ragionare. Un gioco come Zamzee, con l'ossessivo self-tracking, la sorveglianza dei genitori e i premi monetari che comporta, può essere che aiuti chi lo usa a perdere uno o due chili, ma è improbabile che lo induca ad affrontare anche solo alla lontana tutti i problemi e le sfide poste dall'obesità.

Le fattorie dei contenuti possono essere biologiche?

Come facciamo ad applicare i principi del design antagonistico al nostro modo di consumare informazioni? In fin dei conti, è una forma di consumo molto diversa da quella dell'energia, a cui si sono finora applicati, perlopiù, i progetti di questo genere. Innanzitutto, sembra esserci un rapporto diretto fra consumo di energia e cambiamenti climatici: meno si consuma, meglio è per tutti. (In realtà, ovviamente, non è così semplice: sappiamo davvero se per l'ambiente sia meglio un automobilista vegetariano o un ciclista carnivoro?) Con le informazioni non è così: più foto di gatti o più poesia non fanno necessariamente di noi persone migliori o peggiori. Una volta però che abbandoniamo il contenuto specifico delle informazioni per soffermarci sul modo in cui vengono prodotte, una volta che comprendiamo quale tipo di relazioni politiche, sociali e culturali è implicato dalla loro distribuzione e dal loro consumo, possiamo prendere decisioni e trovare compromessi in maniera più informata. O, perlomeno, possiamo intavolare un dibattito sulle suddette relazioni.

La foto di un gatto può valere quanto una poesia, ma la foto di un gatto «presa in prestito» da un altro sito web è probabilmente peggiore di un'immagine analoga scattata personalmente o acquistata da chi l'ha pubblicata. O forse no, e le nostre leggi sul copyright sono vecchie e bisognose di revisione. Un articolo su una riunione di un consiglio comunale può essere meno valido di un pezzo sul processo di pace in Medio Oriente. Ma potrebbe essere anche più valido, se ci sono più probabilità di leggerlo e fare qualcosa, anziché limitarsi a esprimere la propria disperazione per la situazione in Medio Oriente senza fare nulla. Gli algoritmi personalizzati di Google potrebbero essere peggiori di una ricerca non personalizzata. Ma anche migliori, se producono più collegamenti interessanti.

Si tratta di domande aperte che non si prestano a risposte semplici, come le spinte gentili, il self-tracking e la gamificazione. Perché dovremmo misurare le calorie dei nostri articoli quando non sappiamo neppure per certo se pezzi sul Medio Oriente siano più importanti di quelli su una riunione del consiglio comunale? Perché dovremmo sollecitare Google e Facebook a presentarci dei perfetti sconosciuti in Africa anziché altri perfetti sconosciuti che vivono nella casa accanto? Perché presumere di avere la risposta giusta, quando in realtà non ce l'abbiamo? Perché, invece di operare affinché gli utenti facciano quella che i progettisti e gli architetti sociali giudicano la cosa più giusta, non perseguiamo una strategia diversa, lasciando che gli utenti arrivino da soli alle proprie conclusioni su quale sia davvero la cosa «giusta» da fare?

Abbiamo bisogno di più elettrodomestici incostanti che sconvolgano le nostre abitudini di informazione e consumo e ci allontanino da pratiche consolidate. Perché i nostri browser non vengono temporaneamente chiusi o oscurati, quando apriamo troppe finestre? (Be', spesso si chiudono da sole, ma solo perché qualcuno, a Microsoft o a Firefox, non ha previsto la nostra ingordigia di informazioni.) Perché non legare la disponibilità o la presentazione di articoli del sito del «New York Times» al prezzo delle azioni della società madre? Così, quando le azioni vanno male, una parola su cinque dell'articolo potrebbe essere cancellata o magari le foto potrebbero apparire sfocate, magari solo per coloro che non hanno l'abbonamento online. Perché non creare una sconvolgente visualizzazione dei tipi di informazione che consentono a Google di personalizzare i nostri risultati di ricerca, così da essere più consapevoli del vero prezzo della personalizzazione? Se possiamo progettare il Natural Fuse, non potremmo realizzare anche il Natural Filter, grazie al quale gli utenti, per ottenere migliori risultati nelle ricerche, sono costretti a rivelare qualcosa di intimo su se stessi e persino sui loro amici (per esempio, il loro colore o il loro cocktail preferito)?

Naturalmente, qualcuno potrebbe obiettare che questi suggerimenti sono poco pratici e assomigliano più a progetti artistici che a strumenti di utilità pubblica. Eppure non abbiamo molti motivi per credere che la radio incostante o la prolunga Caterpillar non possano essere prodotte su scala industriale, nel caso gli utenti decidano di comportarsi da adulti e di non chiudere gli occhi di fronte alle concrete conseguenze delle loro azioni. Come ha scritto Bruno Latour, «le conseguenze imprevedibili sono la cosa più attesa sulla Terra». ³⁰ In questo senso, le nostre abitudini informative non sono molto diverse dalle nostre abitudini energetiche: passiamo troppo tempo a raccogliere informazioni da diversi aggregatori di notizie e «fattorie di contenuti», che non fanno altro che rimpastare costosi contenuti prodotti da altre persone, con il rischio di uccidere

l'industria dell'informazione, più o meno come l'abitudine di lasciare gli apparecchi elettronici in stand-by potrebbe silenziosamente e inutilmente uccidere le altrui compensazioni di CO₂.

Alcuni aggregatori di notizie possono anche avere un grande valore – l'Huffington Post, per menzionarne solo uno, dà anche lavoro a molti giornalisti professionisti –, quindi non è possibile stabilire a priori quale sia la «cosa giusta» da fare. Ciò non significa però che non si possa rappresentare meglio e rendere più visibile nelle finestre del nostro browser l'economia del consumo delle notizie, se non altro per permetterci di decidere quale sia la cosa più giusta da fare. Non dovremmo, però, ridurre la ricerca di questa «cosa giusta» a un semplice conteggio delle calorie delle informazioni, o lasciare che siano le «meccaniche del gioco» ad attirarci verso siti di qualità, e neppure incaricare le imprese tecnologiche di guidarci a compiere determinate azioni. I progetti che perseguono la «cosa giusta» dovrebbero sempre fornire un modo per mettere in dubbio e sovvertire la definizione stessa di ciò che si intende per «cosa giusta». In parte, ciò succede comunque, quando gli utenti trovano il modo di manipolare i propri strumenti tecnologici. Ma non basta. I designer e i tecnologi dovrebbero capire che lo scopo del loro lavoro non è solo quello di indurre la gente a utilizzare i loro dispositivi, bensì anche quello di farla pensare con essi.

I pericoli della forza di volontà

A rischio di semplificare eccessivamente le cose, possiamo affermare che un modo per rendere il design più cosciente di sé e sensibile alle accuse di soluzionismo sarebbe quello di sostituire il suo feticismo della psicologia (e, in misura crescente, delle neuroscienze) con un feticismo della filosofia, sia morale sia politica. Preoccuparsi della fruibilità – il cruccio principale di molti designer di oggi – equivale a fare il calcolo delle calorie sul *Titanic* che affonda. Questa ossessione per la fruibilità, per una tecnologia invisibile e non invadente, ha creato un mondo in cui praticamente non ci accorgiamo neppure di quanta energia consumiamo in casa. Fra non molto scopriremo che i nostri smartphone, con la loro ricerca di fruibilità, nascondono un'altra verità inquietante, e cioè che enormi quantità di rifiuti elettronici tossici vanno in genere a finire in paesi in via di sviluppo a corto di denaro.

Il trionfo della psicologia sulla filosofia non si limita al design industriale: anche i designer politici e gli ingegneri sociali hanno ceduto a questa tendenza, il tutto in nome della scienza, perché la psicologia e le neuroscienze, con i loro test ed esperimenti, sono considerate più scientifiche della filosofia. Ma il fatto che le questioni morali non siano facili da misurare non significa che dobbiamo

ignorarle o riformularle in termini psicologici o neuroscientifici. Questa tendenza risulta particolarmente lampante nelle discussioni sulla forza di volontà, in cui decisioni un tempo estremamente complesse e dolorose su ciò che si considerava giusto o sbagliato vengono ora trasformate in casi di volontà forte o debole, che possiamo affrontare amministrando con cura le nostre riserve di forza di volontà, un po' come facciamo con il nostro conto in banca.

L'idea stessa di forza di volontà sta conoscendo un vero revival nei dipartimenti di psicologia e spiega in parte il recente successo delle spinte gentili e della gamificazione. Il concetto di base è questo: tutti noi abbiamo una quantità fissa di forza di volontà da utilizzare nelle nostre decisioni; se la impieghiamo per seguire un determinato percorso, forse faremo più fatica a intraprenderne un altro. In poche parole, se riusciamo a non mangiare un delizioso biscotto ipercalorico in un determinato momento, un'ora dopo non avremo abbastanza forza di volontà per scegliere di andare a piedi piuttosto che in auto. Non possiamo rifiutare il biscotto e la macchina contemporaneamente.

Nel loro recente libro sulla forza di volontà, John Tierney e Roy Baumeister affermano che «il processo decisionale esaurisce la nostra forza di volontà, e una volta che l'abbiamo esaurita, siamo meno capaci di prendere decisioni». ³¹ Un tipico esperimento ricorre a due gruppi di studenti affamati. A un gruppo viene offerto del cibo – ravanelli, biscotti e caramelle –, ma al tempo stesso lo si esorta a evitare biscotti e caramelle per mangiare i ravanelli. Al secondo non viene offerto niente. Ai due gruppi viene chiesto di risolvere enigmi per venti minuti. Coloro che erano stati tentati dai biscotti e dalle caramelle hanno smesso dopo soli otto minuti, molto prima degli altri. La forza di volontà è dunque simile a «un muscolo che rischia di affaticarsi con l'uso». ³²

Si confronti tutto ciò con quanto dice il filosofo Peter Singer sull'altruismo. Negli anni Settanta si scaglia contro quegli economisti secondo cui l'altruismo sarebbe una risorsa esauribile come il petrolio, del tipo «più ne usiamo, meno ne abbiamo». Singer, per contro, domanda: «Perché non partire invece dal presupposto che l'altruismo assomigli di più alla potenza sessuale, che se viene usata continua a rinnovarsi, mentre se viene impiegata solo di rado comincia ad atrofizzarsi, e al momento del bisogno non ce ne sarà più?». ³³ Analogamente, il filosofo Michael Sandel scrive che «l'altruismo, la generosità, la solidarietà e il senso civico non sono come beni che si esauriscono con l'uso, bensì piuttosto come muscoli che si sviluppano e si rafforzano con l'esercizio». ³⁴

Certo, l'esempio del biscotto di cui sopra non comporta un sacrificio per il bene degli altri, ma non è difficile immaginare circostanze in cui invece potrebbe comportarlo: in fondo, anche l'incapacità di collaborare con gli altri – di condividere i biscotti, per esempio – potrebbe essere attribuita a scarse riserve di

forza di volontà. Per usare il linguaggio di Ivan Illich, la forza di volontà è un bisogno del tutto naturale e può essere spiegato fisiologicamente; ³⁵ l'altruismo e tutte quelle virtù che Sandel riassume con il termine «senso civico» sono più simili a requisiti morali che dobbiamo imparare ad apprezzare e a mettere in pratica. Probabilmente uno stesso gesto può essere spiegato utilizzando entrambi i paradigmi, tenendo conto però di una distinzione: il discorso sulla forza di volontà non ha niente da dire su ciò che è giusto o sbagliato; non ha modi sofisticati per fare distinzioni fra azioni lodevoli e deprecabili che vadano al di là dell'ambito individuale. Di sicuro, però, nel decidere se sia il caso di intraprendere una certa azione, non possiamo pensare solo all'impatto che avrà sulle nostre riserve di forza di volontà, perché c'è ben altro. A che cosa ci serve tutta questa forza di volontà? A tale riguardo gli psicologi tacciono.

Tierney e Baumeister, grandi sostenitori del self-tracking, scrivono: «Ora che i computer diventano sempre più intelligenti, ora che in numero sempre maggiore ci sorvegliano, non per questo sono coscienti di sé (non ancora) e ci tolgono potere. Al contrario, aumentano il nostro potere rendendoci più coscienti di noi stessi». ³⁶ Per i sostenitori della forza di volontà, la coscienza di sé è la chiave per cambiare comportamento. Si noti, però, che i due studiosi hanno in mente la coscienza di sé del consumatore individualista, non quella del cittadino preoccupato per il bene comune e le più vaste infrastrutture sociali, giuridiche e tecnologiche in cui il bene viene perseguito. La coscienza di sé che invocano loro è molto diversa da quel tipo poetico di coscienza di sé cui si rivolgono il Natural Fuse, la prolunga Caterpillar e il videogioco Fatworld.

In effetti, le promesse di Tierney e Baumeister sono allettanti: «Anziché pagare dottori e ospedali per curare il vostro corpo, potete monitorarvi da soli per evitare le malattie. Anziché dare retta a pubblicità che vi offrono fast food e piaceri istantanei, potete impostare la vostra vita in modo da essere bombardati di messaggi che promuovono la salute e la coscienza». ³⁷ Questa è la mentalità di un consumatore atomizzato che se ne infischia delle riforme del sistema sanitario e si preoccupa solo di ottimizzare il proprio benessere. Probabilmente, coloro che non potranno permettersi gli strumenti per darsi al self-tracking o non avranno voglia di automonitorarsi per questioni di privacy saranno liquidati come rozzi tecnofobi. Viene da pensare alla metafora dei «pastelli di merda» proposta da Bogost: sì, qualcuno di noi potrebbe trovare ingegnose soluzioni tecniche per resistere alle insidie del marketing, ma in tutta questa celebrazione della tecnologia moderna non sarebbe il caso di agire anche sul marketing in quanto tale? Perché costringere i consumatori a monitorarsi e a elaborare tecniche per esercitare la propria forza di volontà, quando potremmo fare in modo che le aziende alimentari abbiano più difficoltà a vendere cibo malsano o a

fare pubblicità mirata ai bambini? Viceversa, l'azione politica praticamente scompare; anziché riformare il sistema, manipoliamo noi stessi e amministriamo i nostri depositi di forza di volontà, come i banchieri svizzeri custodiscono i loro caveau.

Un altro recente libro sulla forza di volontà, *The Willpower Instinct* di Kelly McGonigal (la gemella di Jane, l'autrice di *Reality Is Broken* di cui si è parlato nel capitolo precedente), porta questa logica individualistica ancora più in là. McGonigal osserva che, non potendo noi contare su scorte di forza di volontà e autocontrollo illimitate, sarà meglio non sprecarle per grandi e importanti progetti a livello nazionale, ma converrà riservarle a obiettivi individuali come la dieta. «Anziché sperare di sviluppare una maggiore forza di volontà come nazione, per affrontare le nostre sfide più grandi, la cosa migliore da fare potrebbe essere quella di rimuovere l'autocontrollo dall'equazione ogni volta che è possibile o almeno di ridurre le pretese dell'autocontrollo, che ci spinge sempre a fare la cosa giusta» scrive. ³⁸ Insomma, è d'accordo con le spinte gentili di Cass Sunstein e Richard Thaler, perché «aiutano la gente a prendere decisioni valide e coerenti con i loro valori e obiettivi». ³⁹

In pratica, ciò significa che invece di avere a che fare con dispositivi «aperti», come la prolunga Caterpillar o come la lampada Forget Me Not, che ci costringono a riconoscere le nostre abitudini di consumo, McGonigal preferirebbe che noi passassimo a sistemi del tutto automatizzati che, semplicemente, spengono i dispositivi in stand-by e le lampade di lettura senza alcun intervento umano. Questi nuovi sistemi faranno appunto la cosa «giusta» anche se gli esseri umani non avranno la possibilità di riconoscerla come tale. Qui è importante notare la differenza, per esempio, fra automobili che non consentono la guida in stato di ebbrezza e prolunghe che non ammettono la modalità stand-by. Come abbiamo visto, potrà sembrare che, quand'anche gli utenti decidano consapevolmente di affidare alcune delle proprie decisioni alle macchine, l'atto conseguente rientri ugualmente fra quelli virtuosi, purché gli utenti siano ben consapevoli anche dei propri pregiudizi cognitivi.

In ogni caso, la tecnologia per combattere la guida in stato d'ebbrezza non è inserita in un sistema di relazioni sociali complesse come quello legato all'utilizzo di strumenti elettronici di largo consumo. È possibile che la disponibilità di una simile tecnologia sulla vostra auto riduca la vostra sensibilità al problema della guida in stato di ebbrezza, ma si presume che quando tutte le auto disporranno di questa tecnologia il problema sparirà. Al contrario, quando tutte le prolunghe spegneranno i dispositivi ogni volta che entrano in stand-by, ciò probabilmente non basterà a risolvere il problema dell'energia. Anzi, gli utenti potrebbero semplicemente trarne una falsa impressione di controllo e

compiacimento, aprendo la strada a un consumo di energia ancora maggiore. Il fatto che noi abbiamo i nostri pregiudizi cognitivi non dovrebbe essere una scusa per non pensare ai sistemi complessi che mediano il nostro comportamento; affidare tutte le nostre decisioni a una prolunga intelligente potrebbe servire a correggere un particolare pregiudizio cognitivo, ma potrebbe pregiudicarne molti altri. Non sempre la psicologia è inutile.

Nella sua analisi della forza di volontà, McGonigal, un po' come fa la sua gemella nell'analisi della gamificazione, elude del tutto le questioni morali, giudicandole semplicemente irrilevanti. Secondo lei, dobbiamo smetterla di parlare del comportamento in termini morali, usando parole come «virtù», per concentrarci invece su come le azioni individuali ci fanno sentire. «Noi idealizziamo il nostro desiderio di essere virtuosi, e molta gente crede di essere motivata dal senso di colpa e dalla vergogna. Ma chi vogliamo imbrogliare? Noi siamo perlopiù motivati dal desiderio di ottenere quello che vogliamo e di evitare ciò che non vogliamo. Attribuire un significato morale ai comportamenti ci induce a una maggiore, non minore, ambivalenza nei loro confronti.» ⁴⁰ Questa affermazione è molto strana: presuppone che i cittadini non facciano altro che ingozzarsi di cioccolato e guidare il loro SUV: nessun altro tipo di comportamento è possibile. I cittadini svizzeri che abbiamo incontrato nel capitolo precedente – quelli che accettavano di avere una discarica nei pressi della propria comunità – erano forse spinti da un interesse egoistico? Se così fosse, allora avrebbero preso il denaro. La gente che in un parco pubblico raccoglie i rifiuti sparsi da altri, per smaltirli correttamente, ha soltanto il proprio interesse egoistico in mente?

L'unica ragione fornita da McGonigal per cui non dovremmo più operare in termini morali è la frequente occorrenza di un effetto di autorizzazione, per il quale gli individui, convinti di essersi comportati già abbastanza bene – per esempio facendo la spesa da Whole Foods –, non sentono più il bisogno di preoccuparsi del cambiamento climatico: «Quando ti senti un santo, l'idea dell'autoindulgenza non ti sembra poi così sbagliata. Anzi, ti sembra giusta ... E se il solo movente del tuo autocontrollo è il desiderio di essere una brava persona, finirai per abbandonarlo ogni volta che ti sentirai abbastanza soddisfatto di te stesso». ⁴¹ Anche qui, però, vediamo che i cittadini di McGonigal hanno una gran quantità di diritti e praticamente nessuna responsabilità. Si limitano a scegliere fra varie marche di sapone e di sushi, rifiutando quelle poco sane o troppo costose. McGonigal, però, ha poco da dire su quei casi in cui il giusto comportamento richiede qualche sacrificio in vista del bene comune o dove ciò che è considerato «comportamento giusto» non è neanche evidente. È non è difficile spiegare questo suo silenzio: preferisce lasciare che siano Sunstein e

Thaler a occuparsi di quei sacrifici, con le loro spinte gentili, in modo da non dover sprecare neanche un po' di forza di volontà.

La crescente attrattiva esercitata dal self-tracking, dalle spinte gentili, dalla gamificazione e persino dalla prevenzione situazionale dei reati e dalla prevenzione digitale può essere compresa solo nel più ampio contesto intellettuale degli ultimi decenni. Come si è già osservato, la triste realtà è che la filosofia, preoccupandosi della virtù e del bene, è stata totalmente sbaragliata dalla psicologia, dalle neuroscienze, dall'economia (dalla scuola della scelta razionale, in particolare) e dalle loro varie combinazioni, come l'economia comportamentale. Di conseguenza, anziché investigare ed esaminare i moventi delle nostre azioni, cercando di separare quelli buoni da quelli cattivi, i decisori politici puntano a fornirci i giusti incentivi o a rimuovere del tutto la possibilità di fare la cosa sbagliata. Meglio andare sul sicuro, come si suol dire.

Naturalmente, anche nel campo della filosofia non è più di moda parlare della virtù e del bene: chi ancora lo fa è visto come un conservatore impenitente. Esistono rare eccezioni, come Michael Sandel e Martha Nussbaum, ma ciò non fa che confermare la regola: l'ideologia liberale «politicamente corretta», che domina il dibattito sia in ambito pubblico sia in ambito accademico, afferma che solo l'individuo deve decidere sulle questioni del bene. Di conseguenza, i nostri filosofi hanno elaborato numerose teorie sul modo migliore per distribuire i beni, ma hanno ben poco da dire sul modo di attribuire a essi il giusto valore. Tuttavia, ciò che Michael Sandel ha scritto a proposito dei mercati si applica in pieno anche alla tecnologia: «La nostra riluttanza a introdurre nel dibattito politico concezioni del bene fra loro concorrenti non solo ha impoverito il nostro dibattito pubblico, ma ci ha anche lasciato sprovvisti degli strumenti per tener testa al ruolo e alla portata crescenti dei mercati nella nostra vita». ⁴²

Non si tratta di affermare che il self-tracking e la gamificazione renderebbero la nostra vita meno piacevole: per quanto ne sappiamo, possiamo benissimo divertirci quando giochiamo ai nostri giochi. Il punto è che rendono la nostra vita meno sensata, meno compatibile con i capricci e le esigenze della condizione umana. Questi progetti rischiano comunque di ostacolare la nostra crescita personale o politica, anche se consentono all'industria alimentare di lanciare nuovi supplementi nutritivi con l'aiuto dei nostri corpi, e all'industria tecnologica di testare nuove app usando le nostre vite. È davvero così ingenuo supporre che la vita non si esaurisca nel monitoraggio dell'efficienza dei supplementi nutritivi e nello sperimentare le prestazioni delle app dei giochi?

Sulle trappole senza attrito

Il soluzionismo regnerà incontrastato finché designer, architetti e ingegneri (sia tecnici sia sociali) non abbandoneranno certi modelli semplicistici di quello che significa essere umani. Checché ne dica Sheryl Sandberg di Facebook, noi non conferiamo il nostro sé stabile e autentico alle tecnologie che utilizziamo per recuperarlo dieci anni dopo nelle stesse condizioni immutate. Le tecnologie plasmano attivamente la nostra concezione del sé e determinano anche come e che cosa noi ne pensiamo. Modellano i contorni di ciò che noi riteniamo negoziabile e non-negoziabile; determinano la struttura e la cadenza della nostra autosperimentazione. Se tutta la nostra vita è ottimizzata in base ai progetti di prevenzione situazionale dei reati, se qualunque tentazione viene eliminata, se non possiamo fare altro che adottare sempre il comportamento giusto, i pascoli spirituali in cui il nostro sé deve essere nutrito si restringono sensibilmente.

Se adottiamo una visione dinamica del sé come qualcosa che emerge lentamente e per gradi – sia nel contesto dello sviluppo personale dell’individuo sia nell’arco delle generazioni, nel più ampio contesto storico –, allora è probabile che presteremo più attenzione non solo a ciò che facciamo o non facciamo, bensì anche a come lo facciamo o non lo facciamo. In altre parole, posto che il sé in quanto tale sia da considerare contingente e sempre in divenire, allora il processo attraverso cui emerge è importante quanto le azioni che esso produce. In base a questo approccio, i processi e le procedure con cui operiamo sono importanti quanto gli esiti delle nostre azioni, perché solo attraverso una reciproca comprensione e tensione fra questi due elementi noi diventiamo quello che siamo.

Un progetto che induca dei bambini, in cambio dei bollini o dei punti di un gioco, ad aiutare cittadini più anziani creerà probabilmente bambini molto diversi da quelli ottenuti con un progetto che fa appello al loro senso civico, anche se i due progetti daranno lo stesso risultato. Il problema con i modelli semplicistici prelevati dal campo economico e dalla teoria della scelta razionale sta nel fatto che, ogniquale volta affrontano un nuovo caso, prendono il via da un nuovo insieme di cittadini astratti, indipendenti e atemporali. In questo modo, i bambini che aiutavano gli anziani nel quadro di un gioco vengono dimenticati e cancellati, per lasciare il posto a un nuovo insieme di bambini – come fossero widget o noci di cocco – che dovrà impegnarsi in qualche altro compito: per esempio, come risolvere enigmi matematici dopo aver resistito alla tentazione di mangiare i biscotti. Ovviamente, però, i bambini non possono essere resettati come fossero computer; i bambini di solito fanno entrambe le cose, e le loro esperienze si accumulano anziché cancellarsi l’una con l’altra. La costruzione di un mondo che si preoccupa solo di ottenere gli esiti più efficienti – invece di riflettere sui processi con cui questi esiti vengono raggiunti – finirà

probabilmente per renderli insensibili alla profondità delle passioni, della dignità e del rispetto umani. Non possiamo conquistare la nostra dignità raccogliendo bollini; possiamo farlo comportandoci in maniera degna, spesso in circostanze in cui esistono opzioni alternative. Se si manipolano questi pascoli spirituali, le alternative potrebbero scomparire, insieme alla possibilità stessa della dignità.

Anche altri pensatori hanno riconosciuto l'importanza dei processi, delle cornici di riferimento e delle procedure come condizioni della prosperità del genere umano e del dibattito democratico. Ian Bogost, parlando di videogiochi, osserva che non è tanto il loro contenuto, quanto piuttosto ciò che lui chiama la loro «logica procedurale» l'aspetto che più favorisce la riflessione. «I media procedurali come i videogiochi vanno al nocciolo delle cose costruendo ragionamenti sui processi inerenti» scrive. «Quando creiamo dei videogiochi, facciamo delle affermazioni in merito a questi processi, celebrandone alcuni, ignorandone altri e mettendone in discussione altri ancora. Quando giochiamo a questi giochi, noi interroghiamo queste affermazioni, le soppesiamo, le incorporiamo nella nostra vita e le portiamo con noi nelle esperienze future.» ⁴³

Bogost fa l'esempio di Howard Dean for Iowa, un gioco prodotto dal comitato elettorale di Howard Dean nel corso della campagna presidenziale del 2004. L'obiettivo è quello di reclutare il maggior numero possibile di volontari per la campagna di Dean, e il reclutamento è il processo fondamentale del gioco. Facendo questo gioco, giungerete probabilmente alla conclusione che la politica è solo una questione di numeri, indipendente dalle questioni su cui i candidati fanno campagna: quanti più volontari si reclutano e quanto più denaro si raccoglie, tanto maggiori saranno le probabilità di vittoria. Questo gioco è stato un successo? Be', non ha prodotto un aumento delle sottoscrizioni o del sostegno alla campagna di Dean nel mondo reale, sicché forse la risposta è negativa. Bogost, però, sostiene che questo criterio potrebbe essere sbagliato. «Anziché produrre consenso, che può essere misurato con un sì o con un no, il gioco suscita riflessioni che non implicano un assenso o un dissenso immediati.» ⁴⁴ Al contrario di un gioco che vi induce a cliccare sui titoli delle notizie solo per ricevere dei bollini, questo è utile alla critica della politica e del dibattito democratico.

In modo analogo, la studiosa di diritto Julie Cohen ha sottolineato l'importanza dei processi e delle strutture nel campo della difesa del copyright e in quello della privacy. Alcune di queste strutture fungeranno da barriere e da confini che, qualunque cosa ne pensino i geek, sono altrettanto importanti per l'emergere del sé. «Gli scienziati informatici e i progettisti di tecnologie tendono a vedere le barriere tecniche opposte all'interoperabilità quali costrizioni artificiali che vanno superate» scrive Cohen. ⁴⁵ Secondo lei, questa convinzione

deriva in parte da «una dedizione [dei geek] al design interoperabile e senza soluzione di continuità che è sia intellettuale sia estetica e che è profondamente interiorizzata dalla tecno-cultura della scienza informatica e ingegneristica». ⁴⁶ Data la fissazione di Facebook per la condivisione senza attrito (e, quasi due decenni prima, la fissazione di Microsoft per il capitalismo senza attrito), così come la promessa di Apple di un «seamless computing» (informatica senza barriere), Cohen potrebbe anche avere ragione. Tuttavia, come lei stessa prontamente fa notare, «il problema non è se certe limitazioni debbano esistere, bensì in che modo collocarle affinché promuovano più efficacemente tutti gli aspetti del benessere umano. Dovunque verranno collocate, verranno sfidate, ma ciò non rende necessariamente illegittime tutte le limitazioni». ⁴⁷

Noi acquistiamo la capacità di erigere e conservare queste limitazioni intorno agli spazi in cui il nostro sé può emergere con l'aiuto della privacy che, grazie alla proliferazione del self-tracking, del lifelogging e dell'ubiquità informatica, è attualmente esposta a un assalto continuo. Sono queste limitazioni che tracciano i confini dei nostri pascoli spirituali e consentono alla nostra individualità di emergere; in assenza di esse, saremmo soltanto pecore nel gregge. L'obiettivo della privacy non è quello di proteggere dall'erosione un sé permanente e fisso, bensì di creare confini entro i quali questo sé possa emergere, mutare e stabilizzarsi. Ciò che importa, qui, è il quadro di riferimento – la procedura – piuttosto che il risultato o la sostanza. Limiti e costrizioni, in altre parole, possono essere produttivi, anche se tutta la concezione di «Internet» suggerisce altrimenti.

Si può dire qualcosa di simile a proposito dell'autenticità: la conseguiamo non cercando di esprimere una qualche verità interiore su noi stessi (Rousseau ha liquidato questa idea di autenticità nel XVIII secolo), bensì cercando di comportarci in modo autonomo e coerente all'interno di certe limitazioni – date dalle norme e dalla tradizione – erette da altri membri del gruppo a cui apparteniamo. Come afferma il filosofo Bernard Williams nel suo *Truth and Truthfulness*, l'autenticità come progetto ha senso solo se considerata in rapporto a queste costrizioni sociali; senza di esse, il progetto perde ogni significato. ⁴⁸ Per quanta libertà si possa avere, non si può essere autentici se si nasce e si cresce da soli su un'isola deserta.

Dunque, contrariamente a quanto sostiene Sandberg, anziché dare per scontato che Facebook ci consenta semplicemente di esprimere il nostro sé autentico, dovremmo indagare sul modo in cui Facebook media le condizioni stesse dell'autenticità, talvolta erigendo nuove barriere e limitazioni, ma assai più spesso distruggendole.

La tecnologia digitale ha enormemente ampliato le finestre e le porte delle

nostre stanzette riservate all'autosperimentazione, ma ci troviamo ora a un punto in cui queste stanze stanno per trasformarsi in case di vetro. Lo storico della scienza Peter Galison e la studiosa di diritto Martha Minow mettono persino in guardia rispetto a una «spirale discendente» alimentata dalla tecnologia e dal diritto che «potrebbe incidere sulla concezione di sé delle persone: il senso dello spazio per l'espressione e la sperimentazioni personali, il senso della dignità e della compostezza, il senso di agio dovuto all'esenzione dall'esposizione pubblica». ⁴⁹

Il fatto che tutti questi concetti abbiano una loro storia e che, perciò, non debbano essere trattati come qualcosa di immutabile non dovrebbe distrarci dal compito urgente di riconoscere e di difendere i ruoli abilitanti che svolgono nella nostra vita. Forse è ora di considerare la possibilità che, quando la gente rinuncia alla propria privacy – in cambio di coupon o di una ricerca più personalizzata ed efficace –, in realtà sta cedendo più di quanto immagina, cioè una cosa che dovrebbe tenere per sé e che non dovrebbe neppure essere in vendita. Ci serve un qualche progetto tipo Natural Fuse per la privacy e la dignità: troppi fra noi sono ben contenti di scambiare la privacy per una migliore ricerca perché le conseguenze di questa scelta non sono ancora pienamente visibili. Non sappiamo in che modo la nostra decisione di diffondere nel mondo le informazioni sulla nostra salute influenzeranno altre persone malate e, a meno che le considerazioni su quest'altra persona non vengano a pesare su di noi, difficilmente ne terremo conto nel nostro processo decisionale.

Cio è ben poco sorprendente, perché il processo attraverso cui il nostro sé emerge rimane a malapena individuabile, e comunque molti credono ancora che abbiamo un sé permanente e pienamente autonomo, che non cambia mai. Mentre attendiamo che un tale progetto emerga, però, forse è saggio dar retta al consiglio di Galison e Minow, abbandonare le semplicistiche teorie utilitarie e salvaguardare dello spazio in cui il sé possa emergere e prosperare. Così scrivono: «Data la complessità del sé, cercare di confinare il concetto di privacy in un quadro di riferimento puramente utilitaristico è come passare con uno schiacciasassi su una statua per catturarne l'essenza nello spazio semplificato di un piano bidimensionale. Questo appiattimento potrà far sembrare la sicurezza e la privacy come un semplice bilanciamento – lo stesso quantitativo dell'una e dell'altra su due piatti della bilancia – ma non aiuta a riconoscere lo spazio di cui la gente ha bisogno per riflettere, per provare nuovi modi di agire o diversi modi di parlare». ⁵⁰

Un più profondo apprezzamento della dinamica e della natura emergente del sé può anche aiutarci a valutare meglio molte delle più recenti tecnologie. Si consideri, per esempio, il profiling automatizzato, che si fonda su tecniche di

data mining per effettuare certe previsioni su di noi e, magari, utilizzare questa conoscenza per meglio personalizzare i siti web che consultiamo o le pubblicità che riceviamo. Nel suo celebre libro *Soi-même comme un autre*, il filosofo francese Paul Ricoeur sostiene che il nostro senso del sé è in parte costruito guardando a noi stessi da una certa distanza, assumendo la prospettiva di qualcun altro.⁵¹ Per agire, dobbiamo prevedere che cosa gli altri si aspettano da noi e cercare di intuire quali significati attribuiscono al nostro comportamento. La nostra identità emerge nel momento in cui rifiutiamo o accogliamo nella piena coscienza di noi stessi quel che secondo noi gli altri pensano di noi. Tuttavia – come puntualizza la filosofa del diritto belga Mireille Hildebrandt, riallacciandosi al discorso di Ricoeur – quando i nostri profili sono costruiti da sistemi informatici anziché da esseri umani, «non abbiamo accesso a essi. Non possiamo metterli in discussione, contestarne l'applicazione o emendarne il contenuto, come invece potremmo fare se fossimo alle prese con persone in carne e ossa».⁵²

Naturalmente, ci sforziamo di trasmettere il miglior autoritratto possibile su Facebook – e forse, per ironia, lo facciamo solo per paura che altri possano fraintendere la nostra decisione di non avere un profilo –, ma può essere che abbiamo perso la capacità di prevedere che cosa ci si aspetti da noi, dato che sappiamo ben poco non solo sul tipo di dati che ci riguardano presenti sul web, bensì anche su quali deduzioni possano essere tratte da quegli stessi dati se si utilizzassero algoritmi diversi. A quanto pare, si tratta di un cambiamento notevole nel modo in cui viene costruita l'identità, e non abbiamo molte ragioni per pensare che tale incertezza ci renderà persone migliori.

Analogamente, se partiamo dal presupposto che essere al comando della propria nave sia un elemento costitutivo dell'essere umano, il profiling sulla base dei dati presenti in rete potrebbe essere problematico per un altro motivo. Hildebrandt fornisce un ottimo esempio a questo proposito. Immaginate di voler diventare vegetariani e di visitare siti web sull'argomento. Il software per il profiling – che potrebbe appartenere a Facebook, a Google o ad altri intermediari online – intuisce correttamente le vostre aspirazioni e calcola che voi abbiate l'83 per cento di possibilità di smettere di mangiare carne nel giro di un mese.

L'operatore del software venderà allora l'informazione all'associazione industriale dei produttori di carne. Improvvisamente, voi comincerete a ricevere campioni gratuiti di carne pregiata e messaggi pubblicitari su «Internet» sui benefici del manzo come alimento. Ciò accade perché il software per il profiling ha calcolato che l'esposizione massiccia al pensiero della carne diminuirà del 23 per cento le vostre probabilità di smettere di mangiarla, cosa che voi, come per magia, alla fine deciderete di non fare.

Naturalmente, voi resterete all'oscuro del nesso fra le vostre aspirazioni vegetariane e i campioni di carne gratuita che avete in frigo. In apparenza, voi esercitate la vostra autonomia, ma in realtà non è così: mentre credete di operare scelte coscienti, soggetti invisibili, di cui ignorate l'esistenza, le stanno influenzando di nascosto. E le compagnie di Internet ammettono senza vergogna il proprio coinvolgimento. FetchBack, un'azienda che cerca di bombardare i consumatori con pubblicità di prodotti per cui questi hanno mostrato una volta un qualche interesse online, dichiara: «Quando i potenziali clienti lasciano il sito [di un'azienda] e si mettono a girare su Internet, le pubblicità [di quel sito] compariranno anche sugli altri siti successivamente visitati, in modo che esso [il primo sito] rimanga sempre visibile ai margini della schermata e al centro dei loro pensieri». ⁵³ Quando la vostra visione periferica viene occupata deliberatamente da qualcosa senza che voi ve ne rendiate conto, forse è proprio il caso di cominciare a dubitare della vostra autonomia.

Se tutto ciò che importa è di indurvi a comportarvi come vuole l'ingegnere sociale – per esempio, evitando gli sprechi energetici, mangiando sano o occupandovi degli anziani –, allora non avete motivo di preoccuparvi per la perdita di autonomia. L'intervento, se sollecita la reazione giusta, viene considerato un successo. Eppure, c'è qualcosa di profondamente deprecabile in un simile approccio, non solo perché ci induce a comportarci in modo corretto con l'inganno, e non con la persuasione, bensì anche perché ci trasmette la falsa convinzione di essere padroni delle nostre azioni. Questa illusione ci impedisce, a sua volta, di interrogarci sugli obiettivi perseguiti dall'ingegnere sociale, per quanto benigni.

Con ciò non si intende certo negare che la tecnologia – dai sensori ai giochi – possa essere utilizzata per migliorare la condizione umana; come abbiamo visto, è in grado di stimolare il dibattito e indurci a rimettere in discussione le principali norme sociali e politiche. Tuttavia, ciò è possibile solo se i nostri geek, i progettisti e gli ingegneri sociali si prendono la briga di indagare su quali siano, tanto per cominciare, le caratteristiche che ci distinguono in quanto esseri umani. Cercare di migliorare la condizione umana partendo dal presupposto che gli umani siano come robot non ci porterà molto lontano.

Tecnologie e verità

Ai progettisti e agli ingegneri vengono idee ancora più strane quando adottano l'internet-centrismo e il fatalismo tecnologico che esso genera. Si consideri come Peter Fleischer, consulente per la privacy di Google, liquida le preoccupazioni relative alla longevità dei dati postati online che, secondo alcuni

critici, non rifletterebero il modo in cui gli esseri umani sono abituati a ricordare: «Internet dovrebbe forse essere riprogettata in modo da renderla più simile al cervello umano? ... Immagino che ciò significhi che Internet dovrebbe presentare diverse gradazioni e sfumature, dalla memoria ai vaghi ricordi fino alla dimenticanza. Be', i computer non funzionano così. Questa parte del dibattito è sociologica e psicologica, ma non mi pare che ci sia spazio per queste cose nel mondo dei computer». ⁵⁴

Ma chi ha detto che i computer non funzionano così? Può darsi che non funzionino così adesso, ma non è detto che ciò debba essere vero per sempre. Un progetto interessante, chiamato Last Great Thing, chiedeva alla gente, per soli venti giorni, di condividere qualcosa di interessante trovato online. ⁵⁵ Ogni link durava un giorno e poi scompariva completamente; non c'era archivio, sicché era importante prestare attenzione al sito ogni giorno (terminato l'esperimento, gli organizzatori hanno poi costituito un archivio). Non c'era neanche modo di linkare i pezzi altrove. Certo, era un progetto costruito sulla base di una logica diversa dalla mentalità salva-tutto di Google, ma Last Great Thing non è necessariamente inferiore, soprattutto se serve ad attirare l'attenzione su articoli importanti che rischierebbero altrimenti di passare inosservati.

Il modo in cui le nostre tecnologie digitali si svilupperanno in futuro dipenderà non da come funziona «Internet» o da come funzionano i computer, bensì dal modo in cui scegliamo di farli funzionare. Alcune di queste tecnologie dovranno fondarsi su un'etica dell'apertura e della trasparenza, altre su un'etica della segretezza e dell'opacità. Alcune promuoveranno la collaborazione, altre promuoveranno l'individualismo e la solitudine. «Internet» non possiede poi tutta questa logica intrinseca. Contrariamente a ciò che pensano Kevin Kelly e altri come lui, «Internet» non ci dice nulla. Le importanti trasformazioni che stiamo vivendo – self-tracking, lifelogging, gamificazione e prevenzione digitale – non sarebbero state possibili su così vasta scala cinquanta o anche solo vent'anni fa. Ma le logiche istituzionali e politiche – e il plurale qui è voluto, perché sarebbe sbagliato attribuirle al solo capitalismo o al neoliberismo o alla globalizzazione – che stanno silenziosamente introducendo questi approcci nella cassetta degli attrezzi dei decisori politici sono tutt'altro che nuove e non hanno poi così tanto a che fare con «Internet».

Se, come fanno alcuni dei più eminenti fautori dell'internet-centrismo, crediamo che Steve Jobs sia stato il più grande nemico della libertà e della creatività, rischiamo di fraintendere – e persino di sottovalutare – il nemico. Parlare di gamificazione senza insieme discutere del behaviorismo di B.F. Skinner, o parlare di prevenzione digitale senza menzionare la teoria della scelta razionale o la scuola economica di Chicago, appare fuorviante. La quasi

universale euforia per «Internet», telefonini e Wikipedia ci impedisce di notare che molti dei fenomeni sottesi sono tutt'altro che nuovi. Essendo cresciuto negli ultimi anni dell'Unione Sovietica, anch'io ricordo il favore con cui i dirigenti sovietici guardavano alla gamificazione. Gli studenti venivano portati nei campi per raccogliere il grano o le patate e, poiché mancava la motivazione, venivano valutati con punti e bollini. Il fatto che oggi punti e bollini vengano assegnati tramite telefonino, e senza dover andare nei campi, non modifica tanto la natura di questa pratica. Non dovremmo lasciare che la falsa novità di questi fenomeni ci induca erroneamente ad aspettare per vedere come si evolverà la situazione: abbiamo già aspettato fin troppo, e il quadro che è emerso è tutt'altro che roseo.

Si tende a credere che i geek e gli ingegneri siano conservatori o, quantomeno, restii al cambiamento; che si limitino a seguire gli ordini e a costruire su richiesta. Quest'idea è estremamente sbagliata. La pratica dell'ingegneria, infatti, comporta sempre una dimensione rivoluzionaria perché si rifiuta di accettare lo status quo come l'unica realtà possibile. Come dice lo storico Ken Alder, «l'ingegneria opera sulla base di un semplice ma radicale presupposto: che il presente non sia altro che materia grezza con cui costruire un futuro migliore. Nel corso del processo, nessuna soluzione vigente è da considerarsi sacrosanta; tutto dev'essere riesaminato alla luce delle aspirazioni presenti, e tutte le pratiche rimodellate secondo i dettami della ragione». ⁵⁶ Il problema con gli ingegneri non è che sono conservatori, è che non lo sono abbastanza. Per loro tutto è negoziabile, incluse la dignità e l'autonomia.

Per citare ancora una volta Bernard Crick, «l'insofferenza per le verità generalmente accettate è una grande nemica dell'uomo libero». ⁵⁷ Forse non sarebbe male se i nostri geek e ingegneri, con tutto il potere da loro acquisito negli ultimi tempi, riconoscessero che ci sono valide ragioni per non gestire la nostra politica come una start-up; che i nostri politici hanno a che fare con richieste contrastanti e che la missione di sradicare le bugie e l'ipocrisia potrebbe fare più male che bene; che ci sono ottime ragioni per apprezzare certe critiche soggettive ma di grande spessore, anche se non emergono dalla «saggezza della folla»; che il sogno di una comunicazione pura fra le nazioni è non solo irrealizzabile, bensì anche indesiderabile; che gli esseri umani sono creature complesse e talvolta irrazionali che tengono più alla ragione per cui fanno certe cose che a ciò che fanno; che i numeri spesso ci dicono meno di quel che crediamo e che la quantificazione in quanto tale potrebbe di fatto ostacolare le riforme.

Tuttavia, alla fine, anche le verità consolidate vengono rovesciate. Nel migliore dei casi, ciò accade dopo un ampio e approfondito dibattito. I designer e gli ingegneri sociali non devono diventare burocrati senza ambizioni che temono

l'innovazione, ma potrebbero forse praticare l'innovazione con una prospettiva diversa. L'obiettivo dei loro interventi – sia nel campo dei prodotti sia in quello delle politiche – non dovrebbe limitarsi a fornire risposte, bensì anche a facilitare la formulazione di nuove domande. Se qualche aggiustamento tecnologico e qualche forma di soluzionismo non possono essere evitati, assicuriamoci perlomeno che questo soluzionismo sia di tipo autoriflessivo e, al limite, persino un po' nevrotico. Solo dubitando radicalmente di se stesso, il soluzionismo può trascendere i suoi limiti intrinseci.

Poscritto

Mentre mi accingevo a scrivere questo libro, c'erano due verità che consideravo di per sé evidenti. In primo luogo, credevo che una valida rassegna critica di «Internet» potesse – anzi, dovesse – essere presentata trattando «Internet» sempre come *explanandum* e mai come *explanans*. In parole più semplici, «Internet» non può essere invocata per spiegare altre cose, se non altro perché richiede essa stessa una spiegazione. In secondo luogo, avevo il sospetto che la leggibilità di un libro fosse inversamente proporzionale al numero di oscuri «ismi» in esso conati. Adesso, rivedendo il prodotto finito, provo una certa delusione. Se è vero che sono rimasto fedele allo spirito della prima convinzione, nel secondo caso ho fallito miseramente. Non è che ci sarà un «ismo» per designare questo fenomeno?

Mentre la maggior parte dei libri, oggi, cerca disperatamente di illustrare un'unica grande idea, io ho scansato questa tendenza e ho perseguito lo studio di due idee di medie dimensioni – l'internet-centrismo e il soluzionismo – che si alimentano a vicenda in modi complessi e spesso imprevedibili. Mi piacerebbe poter dire di aver trovato la formula magica – o almeno la sgargiante schermata di PowerPoint – per descrivere accuratamente questa relazione. Purtroppo, però, non l'ho ancora trovata. E credo che non esista. Questi concetti svolgono ruoli assai diversi nei diversi contesti, che si tratti di prevenire il crimine, di migliorare la politica, di combattere l'obesità o di salvare il pianeta. Osservandoli in azione, ho cercato di mettere a fuoco quante più aree ho potuto, ma so che questo mio studio è ben lungi dall'essere esaustivo; interi volumi potrebbero essere scritti sull'intreccio fra soluzionismo e internet-centrismo nei contesti dell'istruzione online o dello sviluppo economico, o anche in ognuno dei campi che ho già esaminato.

Il mio libro precedente, *The Net Delusion*, si concludeva con una lunga discussione di alcuni «problemi perversi» che non prevedono soluzioni nette e precise. (Ma fino a che punto sono perversi i problemi «perversi»? Non sappiamo neppure come definirli; tanto meno possiamo accorgerci se sono stati risolti.) Mi pareva che il moderno autoritarismo – bersaglio di così tante campagne per la «libertà di Internet» – fosse un problema autenticamente difficile e pressoché intrattabile. Aspettarsi che un concetto vago come quello di «libertà di Internet» potesse contribuire a rovesciare regimi autoritari estremamente sofisticati pareva estremamente ingenuo, se non addirittura pericoloso.

Ai tempi in cui stavo finendo quel mio primo libro, nel 2010, ero in

soggezione sia per l'immensità dell'impresa di rovesciare dei dittatori – ciò era in parte dovuto, forse, al fatto che io sono originario della Bielorussia, vera e propria oasi di tolleranza nel cuore dell'Europa – sia per il cinismo e l'utopismo con cui questo progetto veniva perseguito a Washington e in alcune capitali europee. A posteriori, mi rendo conto di quanta fortuna ho avuto nell'affrontare un problema che nessuno – neanche dei musoni dell'Est europeo come me – avrebbe osato negare: di sinistra, di destra o di centro, siamo tutti d'accordo, a quanto pare, sul fatto che il mondo è pieno di terribili dittatori che converrebbe eliminare. Il modo in cui noi giungiamo a riconoscere tutte queste verità è oggetto di dibattito – certo, sarebbe bello se si potesse fare il 99 per cento di blog e l'1 per cento di bombe e non viceversa – ma ben pochi dissentono dalla fondamentale premessa di quel progetto: l'autoritarismo è reale e non particolarmente piacevole per le persone coinvolte.

Non posso concedermi il lusso di affrontare un tema così ben definito in questo libro, in cui sostengo che molte circostanze che i soluzionisti e gli internet-centristi considerano problemi potrebbero non esserlo affatto, e dove non c'è più traccia della semplicità morale della lotta contro l'autoritarismo.

In questo libro, invece, a essere perversi non sono tanto i problemi – che, forse, non esistono neanche – bensì i rimedi proposti per risolverli. Che tanta parte della nostra vita culturale sia inefficiente, che i nostri politici siano ipocriti, che il negoziato rallenti il processo politico o che i tassi di criminalità non siano ancora azzerati, sono tutti dati di fatto che potrebbero essere in qualche misura limitati considerati dei problemi, ma non costituiscono necessariamente un problema meritevole di soluzione, non più del fatto che una partita di calcio dura novanta minuti, e non un'eternità, e che a giocarla siano ventidue persone, e non tutte quelle presenti allo stadio. Noi vediamo quei fenomeni come problemi, ho sostenuto, più per effetto dell'enorme potenza dei nostri strumenti digitali che per l'autentico bisogno di liberare la nostra vita pubblica da queste incoerenze e imperfezioni. In estrema sintesi, questo libro sostiene che la perfezione è nemica del bene, che talvolta il bene è più che sufficiente e che queste due affermazioni restano valide qualunque strumento uno abbia fra le mani.

Ho ben pochi dubbi sul fatto che l'impulso soluzionista, nelle sue varie forme, sopravvivrà all'euforia che attualmente circonda «Internet» e si collegherà a ulteriori ideologie o progetti politici. Per quanta fiducia io possa avere nella mia capacità di confutare idee non valide, non credo di poter molto contro il soluzionismo, non più di quanto io possa fare contro l'utopismo o il romanticismo. Di tanto in tanto, avranno anche la loro utilità, ma tutti e tre questi «ismi» hanno una lunga storia di eccessi. Se non possiamo liberare il mondo dalla gente che vuole «aggiustare» la politica, possiamo almeno ridicolizzare chi

vuole farlo assoggettando la politica alle «lezioni imparate» da Wikipedia o addirittura da «Internet» nel suo complesso. Se non possiamo liberarci del soluzionismo, possiamo provare a sbarazzarci dell'internet-centrismo, rendendo con ciò più difficile la difesa di certi schemi soluzionisti e, possibilmente, la loro messa in atto.

Nell'improbabile ipotesi che questo libro abbia successo, il suo principale contributo al dibattito pubblico potrebbe consistere nella ridefinizione dei fronti delle battaglie intellettuali sulle tecnologie digitali. Questi fronti separeranno una serie di pensatori di Internet – che considerano la «Rete» alla stregua di utile categoria analitica capace di dirci qualcosa di importante su come il mondo davvero funziona – da un gruppo di pensatori post-Internet che considerano la «Rete», nonostante la sua innegabile fisicità, come un concetto costruito socialmente che potrebbe forse essere studiato da sociologi, storici e antropologi – così come studiano la vita pubblica di idee come «scienza», «classe», «darwinismo» – ma che non ci rivela nulla sul modo in cui il mondo funziona né tantomeno sul modo in cui dovrebbe funzionare. Il primo gruppo pensa che «Internet» sia la chiave per risolvere alcuni dei più grandi dilemmi politici attuali; gli altri pensano che «Internet» sia solo un elemento di ulteriore confusione per i decisori politici e che tanto meglio sarà quanto prima gli attivisti digitali impareranno a sostenere le loro tesi senza appellarsi a «Internet».

Poiché le mie personali simpatie teoriche dovrebbero essere ormai abbastanza chiare – io sto con il secondo gruppo, nel caso vi foste addormentati al volante – non vi tedierò con i particolari sulle ragioni per cui io credo che il primo gruppo avrà la peggio. Al contrario, userò questa opportunità per tracciare un profilo estremamente generale di questo secondo approccio alla tecnologia post-Internet e di quali potrebbero essere le sue tematiche.

In primo luogo, dovrebbe astenersi da discussioni altamente emotive e polemiche su ciò che la «Rete» o anche i social media fanno ai nostri cervelli, alla libertà e ai dittatori. Questo approccio post-Internet è molto più interessato ai bidoni della spazzatura e ai parchimetri nella nostra banale vita quotidiana che non al ruolo di Twitter nella Primavera araba, e non perché sia provinciale nella sua prospettiva, bensì perché non crede nel potere di domande così ambiziose e ambigue. Il ruolo degli algoritmi di Twitter nell'evidenziare l'hashtag #Jan25, che ha attirato una certa attenzione globale sulla causa dei contestatori di piazza Tahrir, al Cairo, è un bersaglio legittimo. Da questo secondo approccio emergerà forse un qualche discorso virale à la TED? Probabilmente no: le sue scoperte non saranno particolarmente seducenti e non passerà automaticamente ad affermare qualche banale verità astratta sulla «democrazia» o sul «Medio Oriente». Nel complesso, però, questo approccio altamente empirico ma su piccola scala

probabilmente ci dirà, sulle opportunità e le limitazioni delle tecnologie digitali, più di tutto il dibattito sull'eventualità che i social media siano causa di rivoluzioni, che ha fatto sprecare così tanto tempo a tutti – me compreso – all'inizio del 2011.

Chi adotterà questo approccio post-Internet dovrà essere estremamente cauto – persino scettico – di fronte a qualunque nesso causale in materia di tecnologie digitali. Riconoscerà che il più delle volte queste tecnologie non sono causa del mondo in cui viviamo, bensì piuttosto conseguenza. L'approccio post-Internet non tratterà queste tecnologie digitali come se cadessero dal cielo e come se non dovessimo – guai! – indagare sulle loro origini, bensì solo studiarne l'impatto. Al contrario, chi si fonda su questo approccio post-Internet descriverà il modo in cui queste tecnologie vengono prodotte; quali voci e quali ideologie vengono messe a tacere nella loro produzione e disseminazione; il modo in cui la letteratura propagandistica che circonda queste tecnologie attinge allo *Zeitgeist* per farle sembrare inevitabili.

I teorici di Internet che studiano, poniamo, la tecnologia MP3, penseranno subito a «Napster» – epitome dell'«Internet technology» – e cominceranno la loro analisi a partire dalla metà degli anni Novanta. I teorici post-Internet che osserveranno la tecnologia MP3 penseranno alla storia della compressione del suono e cominceranno la loro disamina a partire dagli anni Dieci del XX secolo (come ha fatto Jonathan Sterne nel suo recente *MP3: The Meaning of a Format* ¹). I teorici di Internet che studieranno i motori di ricerca cominceranno con Stanford e con Google, forse, citando di sfuggita il Memex di Vannevar Bush; i teorici post-Internet guarderanno molto più indietro, riesumando oscuri personaggi come Albert Kahn (con il suo tentativo di creare «gli archivi del pianeta» attraverso le fotografie) ² o come Paul Otlet e Henri La Fontaine con il loro Mundaneum, un tentativo di raccogliere tutto lo scibile mondiale. ³ L'elenco potrebbe continuare all'infinito, ma la tendenza è chiara: un beneficio inatteso dell'approccio post-Internet è che sgonfia i resoconti vacui e storicamente incolti che dominano tanta parte del nostro dibattito sulla tecnologia e li apre a esperienze molto più varie, ricche e storicamente significative.

Quando avremo capito che negli ultimi cento anni o giù di lì praticamente tutte le generazioni si sono sentite sull'orlo di una rivoluzione tecnologica – che fosse l'età del telegrafo, della radio, della plastica, del nucleare o della televisione –, insistere con la leggenda secondo cui il nostro periodo storico sarebbe unico ed eccezionale risulterà, si spera, molto più difficile. Forse ciò impedirà ai soluzionisti di mettere in campo la loro retorica rivoluzionaria per giustificare agli occhi dell'opinione pubblica i loro progetti estremi. Una volta entrati in un mondo post-Internet, ci sarà una piccola possibilità che i nostri guru

della tecnologia (forse anche alcuni accademici) non abbiano più modo di affermare impunemente che qualcosa costituisce una rivoluzione senza fornire una valida prova empirica, quasi che le rivoluzioni siano di per sé evidenti e non richiedano altre dimostrazioni.

Anch'io ho fatto parte di questa categoria – sia pur per pochissimo tempo – tra il 2005 e il 2007. Ricordo perfettamente l'emozione che provavo al pensiero che gli insegnamenti di Wikipedia o delle reti peer-to-peer o di Friendster o di Skype potessero e dovessero essere applicati indistintamente a tutto. È un insieme di martelli potentissimi, e sono in molti – soprattutto nella Silicon Valley – quelli che non vedono l'ora che voi gridiate: «Chiodo!», quale che sia l'oggetto da voi osservato. L'idea di vivere in un'epoca rivoluzionaria e di possedere la chiave del suo dispiegamento è, lo confesso, piuttosto inebriante. Posso ben capire, quindi, quei pensatori di Internet che sono perfettamente a loro agio con l'attuale stato del dibattito, anche se non riesco a essere troppo indulgente con loro.

Spero che questo libro abbia dimostrato che la maggior parte dei teorici di Internet venera una divinità immaginaria creata da loro e vive in uno stato psicologico di rimozione. La secolarizzazione del nostro dibattito sulla tecnologia e la sua depurazione dalla perniciosa influenza dell'internet-centrismo è di gran lunga il compito più importante che gli intellettuali della tecnologia hanno oggi di fronte. Tutto il resto – soprattutto certe politiche – dipende da come questa secolarizzazione procede, ammesso che proceda. Si consideri un esempio tratto da quello che un tempo era il mio campo prediletto: qual è esattamente il senso di utilizzare un termine come «libertà di Internet» se l'idea stessa di «Internet» è controversa e piena di ambiguità? Discutere i particolari dei «programmi per la libertà di Internet» senza risolvere le molte contraddizioni insite nella loro formulazione mi sembra controproducente, perché servirebbe solo a legittimare ulteriormente quel concetto.

Una volta che il nostro dibattito si sarà spostato nel territorio post-Internet, anche molte delle concezioni tecnofobiche e astoriche diventeranno, si spera, più difficili da realizzare. Se «Internet» non viene più vista come una forza unitaria che agisce sui nostri cervelli o sulla nostra cultura, qualunque resoconto di ciò che le tecnologie digitali fanno ai nostri neuroni o ai nostri libri dovrà per forza diventare empirico e parlare di singole tecnologie e singole pratiche, magari con un accenno a come queste pratiche si sono evolute e adattate nel corso del tempo. Al momento, non se ne parla: tutti dicono che la «Rete» sta riprogrammando i nostri cervelli, e questo non costituisce affatto un buon punto di partenza per il dibattito. In fondo, che cosa dobbiamo pensare di questa riprogrammazione dei nostri cervelli? E che cosa dovremmo fare, poi, di questa «Rete»? È vero che suscita dei timori, ma poi si finisce ben presto impantanati

nel populismo d'accatto.

Se i resoconti tecnofobici saranno più difficili da proporre, c'è una piccola possibilità che nasca in futuro un dibattito sensato non solo sull'adeguatezza delle soluzioni tecnologiche a un dato problema, bensì anche sulla desiderabilità di *particolari* soluzioni tecnologiche. Non potendo rifiutare del tutto la tecnologia, dovremo spiegare perché certe soluzioni sono migliori di altre, e se ciò ci indurrà a pensare e a interrogarci, be', l'impresa sarà meritevole di essere tentata.

La tecnologia non è il nemico: il nostro nemico è il soluzionista romantico e rivoluzionario che la abita. Non possiamo fare nulla per domare questa piccola creatura, ma possiamo fare molto per neutralizzare la sua arma preferita: «Internet». Diamoci da fare, finché siamo in tempo. Sarebbe davvero un'ironia della sorte se l'umanità dovesse morire sotto il fuoco incrociato, mentre i solutori dei suoi problemi tentano di trasportarla in un mondo senza problemi.

Note

Introduzione

¹ La citazione è tratta dalla prefazione a un'edizione del 1946 di *Brave New World*, la cui prima pubblicazione è del 1932 (ed. it. *Il mondo nuovo*, Milano, Mondadori, 1946).

² Jeff Jarvis, *Rewired Youth?*, Buzz Machine, 29 febbraio 2012, <http://buzzmachine.com/2012/02/29/rewired-youth>.

³ Cit. in Zach Church, *Google's Schmidt: «Global Mind» Offers New Opportunities*, News Office, 15 novembre 2011, <http://web.mit.edu/newsoffice/2011/schmidt-event-1115.html>.

⁴ United States Securities and Exchange Commission, Form S-1, Registration Statement, SEC, 1° febbraio 2012, <http://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1326801/000119312512034517/d287954ds1.htm>, p. 70.

⁵ *Ivi*, p. 69.

⁶ Cfr. l'intervista di Sarah Lacy a Mark Zuckerberg in occasione del festival SXSW 2008. Il video è disponibile all'indirizzo http://allfacebook.com/mark-zuckerberg-sarah-lacy-interview-video_b1063.

⁷ Anche se ho scritto questa frase per scherzo, in realtà la trasformazione del voto in un gioco è stata già proposta. Cfr. Gabe Zicherman, *Rethinking Elections with Gamification*, The Huffington Post, 22 novembre 2012, http://www.huffingtonpost.com/gabe-zicherman/improve-voter-turn-out_b_2127459.html.

I. Il soluzionismo e i suoi inconvenienti

¹ Eric Schmidt, *The World Around Us*, discorso tenuto al convegno Zeitgeist 2012, 15 ottobre 2012, disponibile all'indirizzo <http://www.youtube.com/watch?v=kUHF43xjMJM>.

² Gilles Paquet, *The New Geo-Governance: A Baroque Approach*, Ottawa, University of Ottawa Press, 2005, p. 315.

³ Paul Dourish e Scott D. Mainwaring, *UbiComp's Colonial Impulse*, in *Proceedings of the 2012 ACM Conference on Ubiquitous Computing*, New York, UbiComp '12, ACM, 2012, pp. 133-142, <http://doi.acm.org/10.1145/2370216.2370238>, p. 6.

⁴ Cfr., per esempio, l'intervista concessa a Charlie Rose, *Exclusive Interview with Facebook Leadership: Mark Zuckerberg, CEO/Co-Founder and Sheryl Sandberg, COO*, in *Charlie Rose*, 7 novembre 2011, <http://www.charlierose.com/view/interview/11981>.

⁵ La mia disamina di BinCam si fonda su un documento scritto dai suoi ideatori. Cfr. Anja Thieme *et al.*, «We've Bin Watching You»: *Designing for Reflection and Social Persuasion to Promote Sustainable Lifestyles*, in *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, New York, ACM, 2012, pp. 2337-2346. Disponibile anche all'indirizzo <http://doi.acm.org/10.1145/2207676.2208394>.

⁶ Daisuke Wakabayashi, *Mirrors That Double as Computers*, in «Wall Street Journal», 25 settembre 2012, <http://online.wsj.com/article/SB10000872396390444358804578016562948686482.html>.

⁷ La mia disamina dell'opera di Adams deve molto a due saggi di Noortje Marres, che me l'hanno fatta scoprire: *The Costs of Public Involvement: Everyday Devices of Carbon Accounting and the Materialization of Participation*, in «Economy and Society», 40, 4 (2011), pp. 510-533, e *The Environmental Teapot and Other Loaded Household Objects: Reconnecting the Politics of Technology, Issues and Things*, in Penelope Harvey *et al.* (a cura di), *Objects and Materials: A Routledge Companion*, London - New York, Routledge, 2013.

⁸ Per la moquette, cfr. *Smart Carpet Detects Falls and Strange Footsteps*, [Newscientist.com](http://www.newscientist.com), 4 settembre 2012, <http://www.newscientist.com/blogs/onepercent/2012/09/smart-carpet-detects-falls-a.html>; per i campanelli, cfr. Karin Slyker, *New Technology Could Detect a Fall Before It Happens*, Texas Tech Today, 22 agosto 2012, <http://today.ttu.edu/2012/08/new-technology-could-detect-a-fall-before-it-happens>.

⁹ Cfr. Mike Wheatley, *Big Data Bins Hope to Revolutionize Waste Collection*, Silicon Angle, 11 ottobre 2012, <http://siliconangle.com/blog/2012/10/11/big-data-bins-hope-to-revolutionize-waste-collection>.

¹⁰ Rodrique Ngowi, *App Detects Potholes, Alerts Boston City Officials*, Associated Press, 12 luglio 2012, <http://bigstory.ap.org/article/app-detects-potholes-alerts-boston-city-officials>.

¹¹ Per ulteriori informazioni, cfr. Chris Crum, *Google Maps Gives Live Traffic Updates to a Lot More Cities*, WebProNews, 7 agosto 2012, <http://www.web-pronews.com/google-maps-gives-live-traffic-updates-to-a-lot-more-cities-2012-08>.

¹² Tania Murray Li, *The Will to Improve: Governmentality, Development, and the Practice of Politics*, Durham (NC), Duke University Press Books, 2007.

¹³ Michael Dobbins, *Urban Design and People*, Wiley, New York, 2009, p. 182.

¹⁴ Cfr. Bruno Latour, *An Attempt at a «Compositionist Manifesto»*, in «New Literary History», 41, 3 (2010), pp. 471-490.

¹⁵ *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*, PublicAffairs, New York, 2011, pp. 308-311 (ed. it. *L'ingenuità della rete. Il lato oscuro della libertà di Internet*, trad. di M. Renda e F. Ardizzioia, Torino, Codice, 2011).

¹⁶ Albert O. Hirschman, *The Rhetoric of Reaction. Perversity, Futility, Jeopardy*, Belknap Press of Harvard University Press, Cambridge (MA), 1991 (ed. it. *Retoriche dell'intransigenza. Perversità, futilità, messa a repentaglio*, trad. di G. Ferrara degli Uberti, Bologna, il Mulino, 1991).

¹⁷ Thomas Steven Molnar, *Utopia: The Perennial Heresy* (1967), London, Tom Stacey Ltd., 1972, p. 230 (ed. it. *L'utopia, eresia perenne*, trad. di C. Bianchi, Torino, Borla, 1968).

¹⁸ Pamela Hieronymi, *Don't Confuse Technology with College Teaching*, in «Chronicle of Higher Education», 13 agosto 2012, <http://chronicle.com/article/Dont-Confuse-Technology-With/133551>.

¹⁹ Adam F. Falk, *In Defense of the Living, Breathing Professor*, in «Wall Street Journal», 28 agosto 2012, <http://online.wsj.com/article/SB10000872396390444327204577615592746799900.html>.

²⁰ *Ibid.*

²¹ Michael Oakeshott, *Political Education*, in *Rationalism in Politics and Other Essays*, exp. ed., Indianapolis, Liberty Fund, 1991, p. 52.

²² Michael Oakeshott, *The Idea of a University*, in «Academic Questions», 17, 1 (2004), p. 23.

²³ M. Oakeshott, *Political Education*, cit.

²⁴ Questa parte della trattazione si fonda su un mio precedente articolo: *Stay Out of My Kitchen, Robots*, in «Slate», 27 agosto 2012, http://www.slate.com/articles/technology/future_tense/2012/08/why_you_don_t_want_a_robot_in_your_kit

²⁵ Jacob Aron, *Smart Kitchens Keep Novice Chefs on Track*, in «New Scientist», 215, n. 2877 (11 agosto 2012), p. 17, <http://www.newscientist.com/article/mg21528774.900-augmented-reality-kitchens-keep-novice-chefs-on-track.html>.

²⁶ *Ibid.*

²⁷ Cfr. Douglas Adams, *Life, the Universe and Everything* (1982), Los Angeles (CA), Del Rey, 1995 (ed. it. *La vita, l'universo e tutto quanto*, trad. di L. Serra, in «Urania», 973, 1984).

²⁸ Bruno Latour, *The Pasteurization of France*, Harvard University Press, Cambridge (MA), 1993, p. 15 (ed. it. *I microbi: trattato scientifico-politico*, trad. di A. Notarianni, Roma, Editori Riuniti, 1991).

²⁹ Jeff Jarvis, *What Would Google Do?*, New York, Harper-Collins, 2009.

³⁰ Cfr. Bruno Latour, *Science in Action*, Cambridge (MA), Harvard University Press, 1987 (ed. it. *La scienza in azione*, trad. di S. Ferraresi, Torino, Edizioni di Comunità, 1998), e Thomas Kuhn, *The Structure of Scientific Revolutions* (1962), Chicago, University of Chicago Press, 1996³ (ed. it. *La struttura delle rivoluzioni scientifiche*, trad. di A. Carugo, Torino, Einaudi, 1976).

II. L'assurdità di «Internet», e come mettervi fine

¹ Nicolas Mendoza, *Metal, Code, Flesh: Why we Need a «Rights of the Internet» Declaration*, 15 febbraio 2012, [AlJazeera.com](http://www.aljazeera.com/indepth/opinion/2012/02/201228715322807.html), <http://www.aljazeera.com/indepth/opinion/2012/02/201228715322807.html>.

² Eric Snider, *Cranky Chicagoan: The Internet Is Ruining Film Criticism!*, Moviefone, 15 aprile 2010, <http://blog.moviefone.com/2010/04/15/cranky-chicagoan-the-internet-is-ruining-film-criticism>.

³ Rick Kelly, *The Next Battle for Internet Freedom Could Be over 3D Printing*, TechCrunch, 26 agosto 2012, <http://techcrunch.com/2012/08/26/the-next-battle-for-internet-freedom-could-be-over-3d-printing>.

⁴ Bill Snyder, *Facial Recognition Abuse Is Bad, Government Regulation Even Worse*, CIO, 23 luglio 2012, <http://blogs.cio.com/privacy/17254/facial-recognition-abuse-bad-government-regulation-even-worse>.

⁵ Cfr. Kelly A. Gates, *Our Biometric Future: Facial Recognition Technology and the Culture of Surveillance*, New York, New York University Press, 2011.

⁶ Cfr. Bruno Latour, *We Have Never Been Modern*, Cambridge (MA), Harvard University Press, 1993 (ed. or. *Nous n'avons jamais été modernes: Essai d'anthropologie symétrique*, Paris, La Découverte, 1991; ed. it. *Non siamo mai stati moderni*, trad. di Guido Lagomarsino, Milano, Elèuthera, 1995).

⁷ Nicholas Carr, *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*, New York, W.W. Norton & Company, 2011, p. 16. (ed. it. *Internet ci rende stupidi?*, trad. di Stefania Garassini, Milano, Raffaello Cortina, 2011, p. 31).

⁸ Ivi, p. 117 (trad. it. cit., p. 145).

⁹ Cfr. Marshall McLuhan, *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*, University of Toronto Press, Toronto, 2011, p. 28 (ed. or. 1962; ed. it. *La galassia Gutenberg: nascita dell'uomo tipografico*, trad. di S. Rizzo, Roma, Armando, 1976).

¹⁰ Cfr. Ian Bogost, *How to Do Things with Videogames*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2011.

¹¹ Felix Gillette, *Feats of Clay*, in «New York Observer», 9 giugno 2010, <http://observer.com/2010/06/feats-of-clay>.

¹² Lawrence Lessig, *Against Transparency*, in «The New Republic», ottobre 2009, <http://www.tnr.com/article/books-and-arts/against-transparency>.

¹³ Per la citazione originale («Someone once said that...»), cfr. Frederic Jameson, *Future City*, in «New Left Review», 21 (2003), pp. 65-80.

¹⁴ Nathan Jurgenson, *The IRL Fetish*, in «The New Inquiry», 28 giugno 2012, <http://thenewinquiry.com/essays/the-irl-fetish>.

¹⁵ Scott Sayare, *After 3 Decades in France, Minitel's Days Are Numbered*, in «New York Times», 27 giugno 2012.

¹⁶ Francis Fukuyama, *The End of History and the Last Man*, New York, Free Press, 2006 (ed. or. 1992; ed. it. *La fine della storia e l'ultimo uomo*, trad. di D. Ceni, Milano, Rizzoli, 1992).

¹⁷ Eric Schmidt, *Let Luvvie Embrace Boffin in the Digital Future*, in «The Guardian», 26 agosto 2011.

¹⁸ Rebecca MacKinnon, *Why Doesn't Washington Understand the Internet?*, in «Washington Post», 22 gennaio 2012.

¹⁹ Jeff Jarvis, *Public Parts: How Sharing in the Digital Age Improves the Way We Work and Live*, New

York, Simon & Schuster, 2011.

²⁰ Paul Graham, *Web 2.0*, [PaulGraham.com](http://www.paulgraham.com), novembre 2005, <http://www.paulgraham.com/web20.html>.

²¹ David Post, *In Search of Jefferson's Moose: Notes on the State of Cyberspace*, Oxford, Oxford University Press, 2009, p. 211.

²² Steven Johnson, *Future Perfect: The Case for Progress in a Networked Age*, New York, Penguin, 2012, p. XXXV (ed. it. *Un futuro perfetto. Il progresso ai tempi di Internet*, trad. di C. Castiello, Torino, Codice, 2013).

²³ *Ibid.*

²⁴ *Ivi*, p. 16.

²⁵ *Ivi*, p. 18.

²⁶ *Ivi*, p. 43.

²⁷ Jenna Wortham, *Success of Crowdfunding Puts Pressure on Entrepreneurs*, in «New York Times», 17 settembre 2012, <http://www.nytimes.com/2012/09/18/technology/success-of-crowdfunding-puts-pressure-on-entrepreneurs.html>.

²⁸ Inge Ejbye Sørensen, *Crowdsourcing and Outsourcing: The Impact of Online Funding and Distribution on the Documentary Film Industry in the UK*, in «Media, Culture & Society», 34, 6 (settembre 2012), pp. 726-743; ho parlato della ricerca di Sørensen nella mia rubrica su «Slate», da cui sono tratti alcuni dei successivi paragrafi: cfr. Evgeny Morozov, *Kickstarter Will Not Save Artists from the Entertainment Industry's Shackles*, «Slate», 25 settembre 2012, http://www.slate.com/articles/technology/future_tense/2012/09/kickstarter_s_crowdfunding_won_t_save_in

²⁹ J. Jarvis, *What Would Google Do?*, cit.

³⁰ Todd Shields, *Google, Verizon Said to Strike Deal on Web Traffic Rules*, in «Bloomberg News», 5 agosto 2010, <http://www.bloomberg.com/news/2010-08-04/google-verizon-are-said-to-have-reached-deal-on-how-to-handle-web-traffic.html>.

³¹ Don Tapscott e Anthony D. Williams, *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything*, exp. ed., New York, Portfolio Hardcover, 2008, p. 46 (ed. it. *Wikinomics 2.0. La collaborazione di massa che sta cambiando il mondo*, trad. di Matteo Vegetti, Milano, ETAS, 2007); e Beth Simone Noveck, *Wiki Government: How Technology Can Make Government Better, Democracy Stronger, and Citizens More Powerful*, Washington, DC, Brookings Institution Press, 2009, p. 44.

³² Kevin Kelly, *The Collaborative Community*, in *What Have You Changed Your Mind About?: Today's Leading Minds Rethink Everything*, New York, a cura di John Brockman, HarperCollins, 2009, p. 177.

³³ *Ivi*, p. 176.

³⁴ <http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:MOSMAC>.

³⁵ Ho discusso più approfonditamente la questione della burocrazia di Wikipedia in *The Battle for Wikipedia's Soul*, in «The Economist», 6 marzo 2008.

³⁶ Tale teoria è illustrata in Jonathan Zittrain, *The Future of the Internet – and How to Stop It*, New Haven (CT), Yale University Press, 2009.

³⁷ Woody Allen, *The Complete Prose of Woody Allen*, New York, Wings Books, 1991, p. 105 (ed. it. *Citarsi addosso*, trad. di Cathy Berberian e Doretta Gelmini, Bompiani, Milano, 1976, p. 72).

³⁸ David Edgerton, *Shock of the Old: Technology and Global History Since 1900*, London, Profile

Books, 2011, p. XVI.

³⁹ «Antichrist of Silicon Valley», Andrew Keen *Wary of Online Content Sharing*, in «Economic Times», 29 maggio 2012.

⁴⁰ Sul problema della longitudine, cfr. Dava Sobel, *Longitude: The True Story of a Lone Genius Who Solved the Greatest Scientific Problem of His Time*, New York, Walker & Company, 2007 (rist.; ed. it. *Longitudine. La vera storia della scoperta avventurosa che ha cambiato l'arte della navigazione*, trad. di Gianna Lonza e Olivia Crosio, Milano, Rizzoli, 2010). Sui primi esempi di crowdsourcing da parte della Smithsonian, cfr. *Smithsonian Crowdsourcing since 1849!*, Smithsonian Institution Archives, 14 aprile 2011, <http://siarchives.si.edu/blog/smithsonian-crowdsourcing-1849>. Del caso Toyota ho saputo tramite il seguente post sugli episodi di crowdsourcing pre-Internet: *Crowdsourcing Is Not New – the History of Crowdsourcing (1714 to 2010)*, DesignCrowd, 28 ottobre 2010, <http://blog.designcrowd.com/article/202/crowdsourcing>.

⁴¹ David Weinberger, *Too Big to Know: Rethinking Knowledge Now that the Facts Aren't the Facts, Experts Are Everywhere, and the Smartest Person in the Room Is the Room*, New York, Basic Books, 2012, p. 17 (ed. it. *La stanza intelligente*, trad. Nazzareno Mataldi, Torino, Codice, 2009, pp. 25, XIV). Cfr. anche la mia recensione al libro di Weinberger: Evgeny Morozov, *What Lies Beneath*, The Daily, 1° gennaio 2012, <http://www.thedaily.com/page/2012/01/01/010112-opinions-books-weinberger-morozov-1-3>.

⁴² C.W. Anderson, *The Difference between Online Knowledge and Truly Open Knowledge*, in «The Atlantic», 3 febbraio 2012, <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/02/the-difference-between-online-knowledge-and-truly-open-knowledge/252516>.

⁴³ D. Weinberger, *Too Big to Know*, cit., p. XII (trad. it. cit., p. XIV).

⁴⁴ Clay Shirky, *Here Comes Everybody: The Power of Organizing without Organizations*, New York, Penguin, 2009 (ed. it. *Uno per uno, tutti per tutti: il potere di organizzare senza organizzazione*, trad. di F. Fasce, Torino, Codice, 2009).

⁴⁵ Susanne Lohmann, *The Dynamics of Informational Cascades: The Monday Demonstrations in Leipzig, East Germany, 1989-91*, in «World Politics», 47, 1 (1° ottobre 1994), pp. 42-101.

⁴⁶ Ronald Coase, *The Nature of the Firm*, in «Economica», 4, 1937, pp. 386-405 (ed. it. *La natura dell'impresa. Il problema del costo sociale*, a cura di D. Archibugi, Trieste, Asterios, 2001).

⁴⁷ S. Lohmann, *The Dynamics...*, cit.

⁴⁸ Stephen Kotkin, *Uncivil Society: 1989 and the Implosion of the Communist Establishment*, New York, Random House Digital, Inc., 2009, p. 147.

⁴⁹ Clay Shirky, *Cognitive Surplus: How Technology Makes Consumers into Collaborators* New York, Penguin Books, 2011 (rist.), p. 195 (ed. it. *Surplus cognitivo. Creatività e generosità nell'era digitale*, trad. di S. Bourlot, Torino, Codice, 2010, p. 162).

⁵⁰ Ian Shapiro, *The Flight from Reality in the Human Sciences*, Princeton (NJ), Princeton University Press, 2007, p. 68.

⁵¹ Ivi, p. 76.

⁵² Ivi, p. 88.

⁵³ Yochai Benkler, *Coase's Penguin, or, Linux and «The Nature of the Firm»*, in «Yale Law Journal», 112, 3 (1° dicembre 2002), pp. 369-446.

⁵⁴ Don Tapscott: *Four Principles for the Open World*, TED, giugno 2012, http://www.ted.com/talks/don_tapscott_four_principles_for_the_open_world.1.html?quote=1723.

⁵⁵ Gabrielle Hecht, *The Radiance of France: Nuclear Power and National Identity after World War II*, Cambridge (MA), MIT Press, 2009, e Paul N. Edwards *et al.*, *AHR Conversation: Historical Perspectives on the Circulation of Information*, in «American Historical Review», 116, 5 (1° dicembre 2011), pp. 1393-1435.

⁵⁶ L'affermazione di Zittrain è inclusa in questo video che sintetizza il convegno: *Cyber Dialogue 2011: Video Highlights*, Cyber Dialogue, 8 luglio 2011, <http://www.cyberdialogue.ca/2011/07/securing-the-cyber-commons-video-highlights>.

⁵⁷ Michael Angelo Garvey, *The Silent Revolution, or, the Future Effects of Steam and Electricity upon the Condition of Mankind*, London, William and Frederick G. Cash, 1852.

⁵⁸ Armand Mattelart, *Networking the World, 1794-2000*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2000, p. 21 (ed. or. *La mondialisation de la communication*, Paris, Presses Universitaires de France, 2000).

⁵⁹ Le convinzioni di Lawaczeck vengono discusse in T. Rohkrämer, *Antimodernism, Reactionary Modernism and National Socialism: Technocratic Tendencies in Germany, 1890-1945*, in «Contemporary European History», 8, 1 (1999), pp. 29-50.

⁶⁰ C. Shirky, *Here Comes...*, cit., p. 209.

⁶¹ D. Tapscott e A. Williams, *Wikinomics*, cit., p. 46.

⁶² Ivi, p. 47.

⁶³ *Ibid.*

⁶⁴ *Ibid.*

⁶⁵ Cit. in Joseph Turow, *The Daily You: How the New Advertising Industry Is Defining Your Identity and Your Worth*, New Haven (CT), Yale University Press, 2012, p. 189.

⁶⁶ *Ibid.*

⁶⁷ Tom Espiner, *Young People Are Not «Digitally Competent, EC Warns*, ZDNet, 22 marzo 2012, <http://www.zdnet.com/young-people-are-not-digitally-competent-ec-warns-4010025719>.

⁶⁸ Chris Jones *et al.*, *Net Generation or Digital Natives: Is There a Distinct New Generation Entering University?*, in «Computers & Education», 54, 3 (aprile 2010), pp. 722-732.

⁶⁹ Steven Shapin, *The Scientific Revolution*, Chicago, University of Chicago Press, 1998, p. 7 (ed. it. *La rivoluzione scientifica*, trad. di M. Visentini, Torino, Einaudi, 2003, p. XIX).

⁷⁰ Michael Worboys, *Was There a Bacteriological Revolution in Late Nineteenth-Century Medicine?*, in «Studies in History and Philosophy of Biological and Biomedical Sciences», 38, 1 (marzo 2007), pp. 20-42.

⁷¹ Clay Shirky, *Newspapers and Thinking the Unthinkable*, [Shirky.com](http://www.shirky.com), 13 marzo 2009, <http://www.shirky.com/weblog/2009/03/newspapers-and-thinking-the-unthinkable>.

⁷² Richard S. Salant *Lecture on Freedom of the Press with Clay Shirky*, John Shorenstein Center, 14 ottobre 2011, http://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2012/03/salant_lecture_2011_shirky.pdf.

⁷³ C. Shirky, *Newspapers...*, cit.

⁷⁴ C. Shirky, *Here Comes Everybody*, cit., p. 73.

⁷⁵ C. Shirky, *Cognitive Surplus*, cit., pp. 42-56.

⁷⁶ C. Shirky, *Newspapers...*, cit.

⁷⁷ Clay Shirky, *Tools and Transformations*, Penguin Group, 11 marzo 2008, <http://us.penguingroup.com/static/html/blogs/tools-and-transformations-clay-shirky>.

- ⁷⁸ Marshall Poe, *The Internet Changes Nothing*, History News Network, 28 novembre 2010, <http://www.hnn.us/articles/133910.html>.
- ⁷⁹ John Naughton, *From Gutenberg to Zuckerberg: What You Really Need to Know about the Internet*, ed. Kindle, London, Quercus, 2011.
- ⁸⁰ Ivi, posizione Kindle 195-196.
- ⁸¹ Jeff Jarvis, *Gutenberg the Geek*, Amazon Kindle Single, 2012 (ed. it. *Gutenberg il Geek*, trad. di Valerio Bassan, goWare, 2013).
- ⁸² Ivi, posizione Kindle 97-99.
- ⁸³ Ivi, posizione Kindle 9-11.
- ⁸⁴ Daniel Joseph Boorstin, *The Republic of Technology*, New York, HarperCollins, 1979, p. 7.
- ⁸⁵ *Ibid.*
- ⁸⁶ Christopher M. Kelty, *Two Bits: The Cultural Significance of Free Software*, Durham (NC), Duke University Press, 2008.
- ⁸⁷ Ivi, p. 65.
- ⁸⁸ Ivi, p. 72.
- ⁸⁹ Elizabeth L. Eisenstein, *The Printing Press as an Agent of Change*, Cambridge, Cambridge University Press, 1979 (ed. it. *La rivoluzione inavvertita. La stampa come fattore di mutamento*, trad. di Davide Panzieri, Bologna, il Mulino, 1986).
- ⁹⁰ N. Carr, *The Shallows*, cit., pp. 70, 75.
- ⁹¹ Anthony T. Grafton, *The Importance of Being Printed*, in «Journal of Interdisciplinary History», 11, 2 (1° ottobre 1980), pp. 265-286.
- ⁹² Ivi, p. 273.
- ⁹³ Michael Warner, *The Letters of the Republic: Publication and the Public Sphere in Eighteenth-Century America*, Cambridge (MA), Harvard University Press, 1990.
- ⁹⁴ Ivi, p. 7.
- ⁹⁵ Ivi, p. 6.
- ⁹⁶ Adrian Johns, *The Nature of the Book: Print and Knowledge in the Making*, Chicago, University of Chicago Press, 2000, p. 19.
- ⁹⁷ *Ibid.*
- ⁹⁸ C. Shirky, *Tools and Transformations*, cit.
- ⁹⁹ Adrian Johns, *How to Acknowledge a Revolution*, in «The American Historical Review», 107, 1 (2002), pp. 106-125.
- ¹⁰⁰ Jeff Jarvis, *Gutenberg of Arabia*, Buzz Machine, 13 febbraio 2011, <http://buzzmachine.com/2011/02/13/gutenberg-of-arabia>.
- ¹⁰¹ Tim Wu, *The Master Switch: The Rise and Fall of Information Empires*, New York, Vintage, 2011 (rist.).
- ¹⁰² Cfr. Ken Auletta, *Paper Trail*, in «The New Yorker», 25 giugno 2012, http://www.newyorker.com/reporting/2012/06/25/120625fa_fact_auletta.
- ¹⁰³ Cfr. Peter Cowie, *Revolution!: The Explosion of World Cinema in the Sixties*, New York, Macmillan, 2005, p. 31.
- ¹⁰⁴ Paul Starr, *The Manichean World of Timothy Wu*, in «American Prospect», luglio-agosto 2011, <http://prospect.org/article/manichean-world-tim-wu>.

¹⁰⁵ *Ibid.*

¹⁰⁶ *Ibid.*

¹⁰⁷ Paul Venezia, *Why Politicians Should Never Make Laws about Technology*, InfoWorld, 3 gennaio 2012, <http://www.infoworld.com/d/data-center/why-politicians-should-never-make-laws-about-technology-182374>.

¹⁰⁸ Philippe Breton, *The Culture of the Internet and the Internet as Cult: Social Fears and Religious Fantasies*, Los Angeles, Litwin Books, LLC, 2011, p. 9 (ed. or. *Le Culte de Internet. Une menace pour le lien social?*, Paris, Edition La Découverte, 2000; ed. it. *Il culto di Internet. L'interconnessione globale e la fine del legame sociale*, trad. it. di Roberto Marro, Torino, Testo & immagine, 2001).

III. Tanto aperta da far male

¹ J. Jarvis, *What Would Google Do?*, cit., p. 4.

² Cfr. la «fascetta» di Tapscott per il libro di Andy Greenberg, disponibile al seguente indirizzo: <http://www.amazon.com/This-Machine-Kills-Secrets-WikiLeakers/dp/0525953205>.

³ Su Eightmaps.com, cfr. Brad Stone, *Prop 8 Donor Web Site Shows Disclosure Law Is 2-Edged Sword*, in «New York Times», Business Section, 8 febbraio 2009, <http://www.nytimes.com/2009/02/08/business/08stream.html>.

⁴ Rod Dreher, *Eightmaps and the Strange Knock at Your Door*, BeliefNet, 4 gennaio 2011, <http://web.archive.org/web/20110104040839/http://blog.beliefnet.com/crunchycon/2009/01/eightmaps-and-the-strange-knoc.html>.

⁵ Lawrence Lessig, *Republic, Lost: How Money Corrupts Congress – and a Plan to Stop It*, New York, Hachette Digital, Inc., 2012.

⁶ Lawrence Lessig, *Against Transparency*, in «The New Republic», ottobre 2009, <http://www.tnr.com/article/books-and-arts/against-transparency>.

⁷ *Ibid.*

⁸ *Ibid.*

⁹ La mia fonte primaria è David Sasaki, che ha dato conto della vicenda in un post del suo blog. Cfr. David Sasaki, *Democracy Building 2.0: The Open Government Partnership, Game Changer or Symbolic Slogan?*, DavidSasaki.name, 11 luglio 2011, <http://davidasaki.name/2011/07/democracy-building-2-0-the-open-government-partnership-game-changer-or-symbolic-slogan>.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Deborah G. Johnson, Priscilla M. Regan, Kent Wayland, *Campaign Disclosure, Privacy and Transparency*, in «William & Mary Bill of Rights Journal», 19, 4 (2011), p. 959. Una versione leggermente diversa di questo pezzo compare anche in Kent Wayland, Roberto Armengol, Deborah Johnson, «When Transparency Isn't Transparent: Campaign Finance Disclosure and Internet Surveillance», in Christian Fuchs *et al.* (a cura di), *Internet and Surveillance: The Challenges of Web 2.0 and Social Media*, New York, Routledge, 2012, pp. 239-255.

¹² Bruno Latour, *What If We Talked Politics a Little?*, in «Contemporary Political Theory», 2, 2 (luglio 2003), pp. 143-164.

¹³ K. Wayland, R. Armengol, D. Johnson, «When Transparency Isn't Transparent», cit., p. 239.

¹⁴ James A. Gardner, *Anonymity and Democratic Citizenship*, in «William & Mary Bill of Rights Journal», 19, 2011, p. 927.

¹⁵ Cfr. Frank Pasquale, *Asterisk Revisited: Debating a Right of Reply on Search Results*, in «Journal of Business & Technology Law», 3, n. 1, 2008.

¹⁶ Le osservazioni di Peter Winn compaiono in D.J. Capra *et al.*, *Panel One: General Discussion on Privacy and Public Access to Court Files*, in «Fordham Law Review», 79, 1 (2011), p. 8.

¹⁷ *Ivi*, p. 5.

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ A. Conley *et al.*, *Sustaining Privacy and Open Justice in the Transition to Online Court Records: A Multidisciplinary Inquiry*, in «Maryland Law Review», 71 (2012), p. 844.

²⁰ David Heald, *Transparency as an Instrumental Value*, in *Transparency: The Key to Better Governance?*, a cura di Christopher Hood e David Heald, Oxford, Oxford University Press, 2006, p. 68.

²¹ Richard Boudreaux e Olga Razumovskaya, *Putin Deploys Election-Cams*, in «Wall Street Journal», 2 marzo 2012, <http://online.wsj.com/article/SB10001424052970204571404577253282324442446.html>.

²² *Sinking Ship: Voters Growing Disillusioned with Germany's Pirate Party*, in «Der Spiegel», 25 ottobre 2012, <http://www.spiegel.de/international/germany/german-voters-grow-disillusioned-with-pirate-party-a-863234.html>.

²³ Ellen E. Meade e David Stasavage, *Publicity of Debate and the Incentive to Dissent: Evidence from the US Federal Reserve*, in «Economic Journal», 118, 528 (2008), pp. 695-717.

²⁴ Jennifer Lerner e Philip Tetlock, *Accounting for the Effects of Accountability*, in «Psychological Bulletin», 125 (1999), pp. 255-275.

²⁵ Per una buona panoramica, cfr. Axel Gosseries, *Publicity* (s.v.), in *Stanford Encyclopedia of Philosophy*, 2005, <http://plato.stanford.edu/entries/publicity>, e R.J. MacCoun, *Psychological Constraints on Transparency in Legal and Government Decision Making*, in *Symposium on Publicity and Accountability in Governance*, a cura di Axel Gosseries, in «Swiss Political Science Review», 12 (2006), pp. 112-123.

²⁶ La citazione di Madison è tratta da R.J. MacCoun, *Psychological Constraints...*, cit.

²⁷ Onora O'Neill, *A Question of Trust*, Cambridge, Cambridge University Press, 2002, pp. 72-73 (ed. it. *Una questione di fiducia*, trad. di Stefano Galli, Milano, Vita e Pensiero, 2003).

²⁸ John R. Hibbing e Elizabeth Theiss-Morse, *Stealth Democracy: Americans' Beliefs about How Government Should Work*, Cambridge, Cambridge University Press, 2002.

²⁹ *Ivi*, p. 213.

³⁰ *Ibid.*

³¹ *Ivi*, pp. 212-213.

³² Michael Power, *The Audit Society: Rituals of Verification*, Oxford, Oxford University Press, 1999 (ed. it. *La società dei controlli. Rituali di verifica*, trad. di Fabrizio Panozzo, Torino, Edizioni di Comunità, 2002).

³³ Jean-Jacques Rousseau, *Discorso sull'economia politica*, trad. it. in Id., *Opere*, Firenze, Sansoni, 1972, p. 114 (ed. or. *Le Citoyen ou Discours sur l'économie politique*, Geneve, 1765).

³⁴ Julie E. Cohen, *Configuring the Networked Self: Law, Code, and the Play of Everyday Practice*, New Haven (CT), Yale University Press, 2012, p. 117.

³⁵ Google, *Company Overview*, <http://www.google.com/about/company>.

³⁶ Tony Judt e Timothy Snyder, *Thinking the Twentieth Century: Intellectuals and Politics in the Twentieth Century*, London, William Heinemann, 2012, p. 361 (ed. it. *Novecento. Il secolo degli intellettuali e della politica*, trad. di Paola Marangon, Roma-Bari, Laterza, 2013², p. 352).

³⁷ *Ibid.* (trad. it. cit., p. 352).

³⁸ *Ibid.* (trad. it. cit., p. 352).

³⁹ Haridimos Tsoukas, *The Tyranny of Light: The Temptations and the Paradoxes of the Information Society*, in «Futures», 29, 9 (novembre 1997), pp. 827-843.

⁴⁰ Mark Fenster, *The Opacity of Transparency*, in «Iowa Law Review», 91, 2005, pp. 885-949.

⁴¹ *Ivi*, p. 915.

⁴² Ivi, p. 922.

⁴³ Cit. in H. Tsoukas, *The Tyranny of Light*, cit., p. 830.

⁴⁴ Ibid.

⁴⁵ Christopher M. Kelty, *Conceiving Open Systems*, in «Washington University Journal of Law & Policy», 30 (2009), p. 139.

⁴⁶ Ibid.

⁴⁷ Ivi, p. 143.

⁴⁸ T. Wu, *The Master Switch*, cit., ed. Kindle.

⁴⁹ Ivi, p. 287.

⁵⁰ Ivi, p. 272.

⁵¹ Ibid.

⁵² Ivi, p. 303.

⁵³ Ivi, p. 293.

⁵⁴ Ivi, p. 283.

⁵⁵ Ivi, p. 318.

⁵⁶ Ivi, p. 296.

⁵⁷ Ivi, p. 270.

⁵⁸ Ivi, p. 296.

⁵⁹ Ivi, p. 277.

⁶⁰ Ivi, p. 243.

⁶¹ Ivi, p. 266.

⁶² Spencer E. Ante, *Tim Wu, Freedom Fighter*, in «Businessweek», 18 novembre 2007, <http://www.businessweek.com/stories/2007-11-08/tim-wu-freedom-fighterbusinessweek-business-news-stock-market-and-financial-advice>.

⁶³ K. Spreeuwenberg e T. Poell, *Android and the Political Economy of the Mobile Internet: A Renewal of Open Source Critique*, in «First Monday», 17, n. 7-2, 2012, <http://www.firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/4050/3271>.

⁶⁴ Ibid.

⁶⁵ James Curran, Natalie Fenton, Des Freedman, *Misunderstanding the Internet*, London, Routledge, 2012, p. 87.

⁶⁶ Cfr. Peter Orszag, Executive Office of the President, Memorandum No. M-10-06, Open Government Directive 1 (2009), http://www.whitehouse.gov/sites/default/files/omb/assets/memoranda_2010/m10-06.pdf.

⁶⁷ «Open Government Declaration», Open Government Partnership, settembre 2011, <http://www.opengovpartnership.org/open-government-declaration>.

⁶⁸ Harlan Yu e David G. Robinson, *The New Ambiguity of «Open Government»*, 59 UCLA L. Rev. Disc. 178, 2012.

⁶⁹ Ivi, p. 181.

⁷⁰ Cfr. *Justice Department Wins Rosemary Award for Worst Open Government Performance in 2011*, in «The National Security Archive», 14 febbraio 2012, <http://www.gwu.edu/~nsarchiv/news/20120214/index.htm>.

⁷¹ Cfr. Executive Office of the President, *Digital Government: Building a 21st Century Platform to Better Serve the American People*, s.d., <http://www.whitehouse.gov/sites/default/files/omb/egov/digital-government/digital-government.html>.

⁷² H. Yu e D.G. Robinson, *The New Ambiguity of «Open Government»*, cit., p. 196.

⁷³ Nathaniel Heller, *Is Open Data a Good Idea for the Open Government Partnership?*, Global Integrity, 15 settembre 2011, <http://globalintegrity.org/blog/open-data-for-ogp>.

⁷⁴ Cameron Announces New Plans on Transparency, *Conservatives.com*, 10 febbraio 2010, http://www.conservatives.com/News/News_stories/2010/02/Cameron_announces_new_plans_on_transparer

⁷⁵ Martin Beckford, *Data Watchdog Criticises David Cameron's «Grudging» Stance on Freedom of Information*, in «Daily Telegraph», 14 marzo 2012, <http://www.telegraph.co.uk/news/politics/9143542/Data-watchdog-criticises-David-Camerons-grudging-stance-on-Freedom-of-Information.html>.

⁷⁶ Cfr. Juliette Jowit, *Mass of Government Data on Public Services to Be Published*, in «The Guardian», 27 giugno 2012, <http://www.guardian.co.uk/politics/2012/jun/27/public-services-data-published-price>.

⁷⁷ Sul complicato rapporto fra iniziative sulla trasparenza e giornalismo tradizionale, cfr. Kevin Marsh, *The Illusion of Transparency*, in «The Political Quarterly», 82, 4 (ottobre-dicembre 2011).

⁷⁸ Justin Longo, *#Opendata: Digital-Era Governance Thoroughbred or New Public Management Trojan Horse?*, in «Public Policy & Governance Review», 2, 2 (primavera 2011), p. 38.

⁷⁹ Cit. in David Hand, *Open Data Is a Force for Good, but Not without Risks*, in «The Guardian», 10 luglio 2012, <http://www.guardian.co.uk/society/2012/jul/10/open-data-force-for-good-risks>.

⁸⁰ *Ibid.*

⁸¹ Cfr., in particolare, Solomon Benjamin e Raman Bhuvaneshwari, *Illegible Claims, Legal Titles, and the Worlding of Bangalore*, in «Tiers Monde», 206, 2 (2011), p. 37, e Raman Bhuvaneshwari, *The Rhetoric of Transparency and Its Reality: Transparent Territories, Opaque Power and Empowerment*, in «Journal of Community Informatics», 8, 2 (2012).

IV. Come distruggere la politica cercando di aggiustarla

¹ Cit. in Bernard Crick, *In Defence of Politics*, New York, Continuum International Publishing Group, 2005, p. 2 (ed. or. 1962; ed. it. *Difesa della politica*, trad. di A. Evangelisti, Bologna, il Mulino, 1969, p. 12).

² Segretario generale del Partito Pirata tedesco (2011-2012). Cit. in *Sinking Ship: Voters Growing Disillusioned...*, cit., <http://www.spiegel.de/international/germany/german-voters-grow-disillusioned-with-pirate-party-a-863234.html>.

³ S. Johnson, *Future Perfect...*, cit., p. 213.

⁴ Cfr., per esempio, *Megaupload's Kim Dotcom Accuses Obama of Trampling Internet Freedom*, Associated Press, 24 luglio 2012.

⁵ Per un'ottima panoramica giornalistica sui Pirati tedeschi, cfr. David Meyer, *How the German Pirate Party's «Liquid Democracy» Works*, [TechPresident.com](http://techpresident.com/news/wegov/22154/how-german-pirate-partys-liquid-democracy-works), maggio 2012, <http://techpresident.com/news/wegov/22154/how-german-pirate-partys-liquid-democracy-works>; *Is the Pirate Party Its Own Worst Enemy?*, Spiegel Online, 28 marzo 2012, <http://www.spiegel.de/international/germany/pirate-party-emerges-as-political-force-in-germany-a-823993.html>; Eric Westervelt, *A Party on the Rise, Germany's Pirates Come Ashore*, NPR, 6 giugno 2012, <http://www.npr.org/2012/06/06/154388897/a-party-on-the-rise-germanys-pirates-come-ashore>; *Sinking Ship: Voters Growing Disillusioned...*, cit.

⁶ Annett Meiritz, *Support Wanes for Germany's Upstart Pirates*, Spiegel Online, 24 agosto 2012, <http://www.spiegel.de/international/germany/pirate-party-in-germany-loses-popularity-amid-growing-problems-a-851864.html>.

⁷ *Ibid.*

⁸ E. Westervelt, *A Party on the Rise*, cit.

⁹ Annett Meiritz, *Suddenly out of Fashion: Support Wanes for Germany's Upstart Pirates*, Spiegel Online, 24 agosto 2012, <http://www.spiegel.de/international/germany/pirate-party-in-germany-loses-popularity-amid-growing-problems-a-851864.html>.

¹⁰ Hanna F. Pitkin, *The Concept of Representation*, Berkeley, University of California Press, 1972.

¹¹ Steve Kettmann, *The Pirate Party Logs a New Politics*, in «New York Times», 1° maggio 2012, <http://www.nytimes.com/2012/05/02/opinion/the-pirate-party-logs-a-new-politics.html>.

¹² Sheryl Gay Stolberg, *Obama Makes History in Live Internet Video Chat*, in «New York Times», 27 marzo 2009, http://www.nytimes.com/2009/03/27/us/politics/27obama.html?_r=0.

¹³ S. Johnson, *Future Perfect*, cit., p. 170.

¹⁴ *Ivi*, p. 175.

¹⁵ *Ivi*, p. 172.

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ *Ivi*, p. 176.

¹⁸ Lewis Carroll, *The Principles of Parliamentary Representation*, London, Harrison and Sons, 1884.

¹⁹ James C. Miller, *A Program for Direct and Proxy Voting in the Legislative Process*, in «Public Choice», 7, 1 (1969), pp. 107-113.

²⁰ Ivi, p. 107.

²¹ Ivi, p. 108.

²² Ibid.

²³ Ringrazio Joshua Cohen per avermi aiutato a condensare il mio pensiero su questo punto.

²⁴ Per una valida discussione della politica condizionata dai plebisciti, cfr. Yannis Papadopoulos, *Analysis of Functions and Dysfunctions of Direct Democracy: Top-Down and Bottom-Up Perspectives*, in «Politics & Society», 23 (dicembre 1995), pp. 421-448.

²⁵ Thomas L. Friedman, *Make Way for the Radical Center*, in «New York Times», 23 luglio 2011, <http://www.nytimes.com/2011/07/24/opinion/sunday/24friedman.html>.

²⁶ Lawrence Lessig, *The Last Best Chance for Campaign Finance Reform: Americans Elect*, in «The Atlantic», 25 aprile 2012, <http://www.theatlantic.com/politics/archive/2012/04/the-last-best-chance-for-campaign-finance-reform-americans-elect/256361>.

²⁷ Cfr. l'intervista concessa a Sarah Lacy in occasione di SXSW 2008. Se ne può vedere il filmato all'indirizzo http://allfacebook.com/mark-zuckerberg-sarah-lacy-interview-video_b1063.

²⁸ Steven Overly, *Web Start-Up Ruck.us Aims to Engage the Politically Independent*, in «Washington Post», 12 marzo 2012, http://www.washingtonpost.com/business/capitalbusiness/web-start-up-ruckus-aims-to-engage-the-politically-independent/2012/03/09/gIQAKvU55R_story.html.

²⁹ Ruck.us, «FAQs», <http://blog.ruck.us/faqs>.

³⁰ Nathan Daschle, *How to Pick Your Presidential Candidate Online*, [CNN.com](http://www.cnn.com/2012/04/19/opinion/daschle-elect/index.html), 19 aprile 2012, <http://www.cnn.com/2012/04/19/opinion/daschle-elect/index.html>.

³¹ Ibid.

³² Ibid.

³³ Alex Fitzpatrick, *Ruck.us Breaks Up Party Politics on the Social Web*, Mashable, 11 maggio 2012, <http://mashable.com/2012/05/11/ruckus>.

³⁴ Steve Freiss, *Son of Democratic Party Royalty Creates a Ruck.us*, Politico, 26 giugno 2012, <http://www.politico.com/news/stories/0612/77847.html>.

³⁵ Ibid.

³⁶ Nancy L. Rosenblum, *On the Side of the Angels: An Appreciation of Parties and Partisanship*, Princeton (NJ), Princeton University Press, 2010, p. 7.

³⁷ Ibid.

³⁸ Ivi, p. 8.

³⁹ Sean Wilentz, *The Mirage*, in «The New Republic», 26 ottobre 2011, <http://www.tnr.com/article/books/magazine/96706/post-partisan-obama-progressives-washington>.

⁴⁰ B. Crick, *In Defence of Politics*, cit., p. 1 (trad. it. cit., p. 11).

⁴¹ Cit. in John Durham Peters, *Courting the Abyss: Free Speech and the Liberal Tradition*, Chicago, University of Chicago Press, 2005, p. 281.

⁴² Cit. in *The Open Society*, in «The Economist», 25 febbraio 2010, <http://www.economist.com/node/15557477>.

⁴³ B. Latour, *The Pasteurization of France*, cit., p. 210.

⁴⁴ Cit. in Matthew Flinders, *Defending Politics*, Oxford, Oxford University Press, 2012, p. 83.

⁴⁵ Ivi, p. 44.

- ⁴⁶ John Harris, *Local Democracy: The Future Looks Bleak for Political Activism*, in «The Guardian», 6 luglio 2012, <http://www.guardian.co.uk/politics/2012/jul/06/local-democracy-political-activism>.
- ⁴⁷ M. Flinders, *Defending Politics*, cit., p. 45.
- ⁴⁸ Ivi, p. 67.
- ⁴⁹ Per ulteriori informazioni su questo progetto, cfr. Andrew Phelps, *Are You Sure That's True? Truth Goggles Tackles Fishy Claims at the Moment of Consumption*, Nieman Journalism Lab, 12 luglio 2012, <http://www.niemanlab.org/2012/07/are-you-sure-thats-true-truth-goggles-tackles-fishy-claims-at-the-moment-of-consumption>.
- ⁵⁰ Glenn Greenwald, *PolitiFact and the Scam of Neutral Expertise*, Salon, 5 dicembre 2011, http://www.salon.com/2011/12/05/politifact_and_the_scam_of_neutral_expertise.
- ⁵¹ Ron Paul says Defense Department budget changes definitions of al-Qaeda and Taliban, making Americans vulnerable, [PolitiFact.com](http://www.politifact.com/texas/statements/2011/dec/04/ron-paul/ron-paul-says-defense-department-budget-changes-de), 22 novembre 2011, <http://www.politifact.com/texas/statements/2011/dec/04/ron-paul/ron-paul-says-defense-department-budget-changes-de>.
- ⁵² Judith N. Shklar, *Ordinary Vices*, Cambridge (UK), Belknap Press of Harvard University Press, 1984 (ed. it. *Vizi comuni. Crudeltà, ipocrisia, snobismo, tradimento, misantropia*, trad. di Stefano Sabattini, Bologna, il Mulino, 1984, p. 60).
- ⁵³ Ivi, p. 180.
- ⁵⁴ Ruth W. Grant, *Hypocrisy and Integrity: Machiavelli, Rousseau, and the Ethics of Politics*, Chicago, University of Chicago Press, 1999, p. 180.
- ⁵⁵ David Runciman, *Political Hypocrisy: The Mask of Power, from Hobbes to Orwell and Beyond*, Princeton (NJ), Princeton University Press, 2010.
- ⁵⁶ Martin Jay, *The Virtues of Mendacity: On Lying in Politics*, Charlottesville, University of Virginia Press, 2012 (rist.), p. 180.
- ⁵⁷ Ibid.
- ⁵⁸ Deborah Stone, *Policy Paradox: The Art of Political Decision Making, Revised Edition*, 3rd ed., New York, W.W. Norton & Company, 2001.
- ⁵⁹ Ivi, p. 158.
- ⁶⁰ Ivi, pp. 158-159.
- ⁶¹ Ivi, p. 159.
- ⁶² Josh Quittner, *The Merry Pranksters Go to Washington*, in «Wired USA», 2 (1994), http://www.wired.com/wired/archive/2.06/eff_pr.html.
- ⁶³ Ibid.
- ⁶⁴ Heather Brooke, *The Revolution Will Be Digitised*, New York, Windmill Books, 2012, p. 230.
- ⁶⁵ Beth Simone Noveck, *Wiki Government: How Technology Can Make Government Better, Democracy Stronger, and Citizens More Powerful*, Washington, DC, Brookings Institution Press, 2009, p. 44.
- ⁶⁶ Ivi, p. 16.
- ⁶⁷ C. Shirky, *Here Comes Everybody*, cit., p. 24.
- ⁶⁸ Clay Shirky, *Richard S. Salant Lecture on Freedom of the Press with Clay Shirky*, John Shorenstein Center, 14 ottobre 2011, http://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2012/03/salant_lecture_2011_shirky.pdf.

⁶⁹ Le notizie qui riportate sono tratte da Andrew D. Murray, *Nodes and Gravity in Virtual Space*, in «Legisprudence», 5, 2 (2011), pp. 195-221.

⁷⁰ David Harvey, *Rebel Cities: From the Right to the City to the Urban Revolution*, New York, Verso, 2012, p. 70 (ed. it. *Città ribelli. I movimenti urbani dalla Comune di Parigi a Occupy Wall Street*, trad. di Francesca De Chiara, Milano, il Saggiatore, 2013).

⁷¹ «US Innovation Adviser: “Internet Freedom Is Not a Regime-Change Agenda”», RadioFreeEurope/RadioLiberty, 18 luglio 2011, http://www.rferl.org/content/us_innovation_adviser_says_internet_freedom_is_not_a_regime_change_agency

⁷² Mehdi Hasan, *The NS Interview: Wael Ghonim, Egyptian Democracy Activist*, in «New Statesman», 23 gennaio 2012, <http://www.newstatesman.com/middle-east/2012/01/interview-arab-revolution>.

⁷³ *Ibid.*

⁷⁴ Hazem Kandil, *Soldiers Without Generals: Whither the Egyptian Revolution?*, in «Dissent», 59, 3 (2012), pp. 11-17.

⁷⁵ David D. Kirkpatrick, *Egyptian Revolt's Leaders Count Their Mistakes*, in «New York Times», 14 giugno 2012, <http://www.nytimes.com/2012/06/15/world/middleeast/egyptian-revolts-leaders-count-their-mistakes.html?pagewanted=all>.

⁷⁶ Tra i pezzi più illuminanti su Thiel figurano Brian Caulfield e Nicole Perlroth, *Life After Facebook*, in «Forbes», 14 febbraio 2011, <http://www.forbes.com/forbes/2011/0214/features-peter-thiel-social-media-life-after-facebook.html>; Jonathan Miles, *The Billionaire King of Tectopia*, in «Details», settembre 2011, <http://www.details.com/culture-trends/critical-eye/201109/peter-thiel-billionaire-paypal-facebook-internet-success>; George Packer, *No Death, No Taxes*, in «The New Yorker», 28 novembre 2011, http://www.newyorker.com/reporting/2011/11/28/111128fa_fact_packer; Ashlee Vance e Brad Stone, *Palantir, the War on Terror's Secret Weapon*, in «Businessweek», 22 novembre 2011, <http://www.businessweek.com/magazine/palantir-the-vanguard-of-cyberterror-security-11222011.html>.

⁷⁷ Cfr. *Creating Transparency with Palantir*, caricato il 5 luglio 2012; disponibile all'indirizzo <http://www.youtube.com/watch?v=8cbGChfagUA&feature=plcp>.

⁷⁸ Tabatha Southey, *A Billionaire's Waterworld Takes Libertarianism to New Depths*, in «Globe and Mail», 19 agosto 2011, <http://www.theglobeandmail.com/commentary/a-billionaires-waterworld-takes-libertarianism-to-new-depths/article548981>.

⁷⁹ Peter Thiel, *The Education of a Libertarian*, Cato Unbound, 13 aprile 2009, <http://www.cato-unbound.org/2009/04/13/peter-thiel/the-education-of-a-libertarian>.

⁸⁰ *Ibid.*

⁸¹ *Ibid.*

⁸² Cyrus Farivar, *PayPal Sets Down Stricter Regulations for File-Sharing Sites*, in «Ars Technica», 11 luglio 2012, <http://arstechnica.com/business/2012/07/paypal-sets-down-stricter-regulations-for-file-sharing-sites>.

⁸³ Peter H. Diamandis, Steven Kotler, *Abundance: The Future Is Better than You Think*, New York, Free Press, 2012⁵, p. 6.

⁸⁴ *Ivi*, p. 10.

⁸⁵ *Ivi*, p. X.

⁸⁶ Jon Gertner, «*Abundance*», by Peter H. Diamandis and Steven Kotler, in «New York Times», 30 marzo 2012, <http://www.nytimes.com/2012/04/01/books/review/abundance-by-peter-h-diamandis-and>

steven-kotler.html?pagewanted=all.

⁸⁷ J. Jarvis, *What Would Google Do?*, cit., p. 48.

⁸⁸ Anthony Ha, *Sean Parker: Defeating SOPA was the «Nerd Spring»*, in «TechCrunch», 12 marzo 2012, <http://techcrunch.com/2012/03/12/sean-parker-defeating-sopa-was-the-nerd-spring>.

⁸⁹ Cit. in Steven Levy, *In the Plex: How Google Thinks, Works, and Shapes Our Lives*, New York, Simon & Schuster, 2011, p. 327 (ed. it. *Rivoluzione Google. I segreti dell'azienda che ha cambiato il mondo*, trad. di Maurizio Vedovati, Milano, Hoepli, 2012).

⁹⁰ Derek Thompson, *Google's CEO: «The Laws Are Written by Lobbyists»*, in «The Atlantic», 1° ottobre 2010, <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2010/10/googles-ceo-the-laws-are-written-by-lobbyists/63908>.

⁹¹ B.S. Noveck, *Wiki Government*, cit., p. 16.

⁹² *Ivi*, p. 40.

⁹³ *Ibid.*

⁹⁴ Parag Khanna e Ayesha Khanna, *Hybrid Reality: Thriving in the Emerging Human-Technology Civilization*, ed. Kindle, New York, TED Conferences, 2012 (ed. it. *L'età ibrida. Il potere della tecnologia nella competizione globale*, trad. di G. Olivero, Torino, Codice, 2013).

⁹⁵ *Ivi*, posizione Kindle 730-731.

⁹⁶ *Ivi*, posizione Kindle 733-734.

⁹⁷ *Ivi*, posizione Kindle 736-737.

⁹⁸ David Ewing Duncan, *Why Do Our Best and Brightest End Up in Silicon Valley and Not DC?*, in «The Atlantic», 6 maggio 2012, <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/05/why-do-our-best-and-brightest-end-up-in-silicon-valley-and-not-dc/256767>.

⁹⁹ Theodore M. Porter, *Karl Pearson: The Scientific Life in a Statistical Age*, Princeton (NJ), Princeton University Press, 2005, p. 293.

¹⁰⁰ Cit. in B. Crick, *In Defence of Politics*, cit., p. 73 (trad. it. cit., pp. 111-112).

¹⁰¹ *Ivi*, p. 74 (trad. it. cit., p. 112).

¹⁰² Thomas S. Kuhn, *The Structure of Scientific Revolutions* (1962), University of Chicago Press, Chicago, 1996 (3^a ed.; ed. it. *La struttura delle rivoluzioni scientifiche*, trad. Adriano Carugo, Torino, Einaudi, 1969).

¹⁰³ Cfr. Peter Galison e David Stump (a cura di), *The Disunity of Science: Boundaries, Contexts, and Power*, Palo Alto (CA), Stanford University Press, 1996.

¹⁰⁴ B. Crick, *In Defence of Politics*, cit., p. 70 (trad. it. cit., p. 107).

¹⁰⁵ *Ivi*, p. 71 (trad. it. cit., p. 109).

¹⁰⁶ Cit. in Robert D. Putnam, *Elite Transformation in Advanced Industrial Societies: An Empirical Assessment of the Theory of Technocracy*, Ann Arbor, Institute of Public Policy Studies, University of Michigan, 1976, p. 11.

¹⁰⁷ Douglas Edwards, *Google Goes Electric*, Xooglers, 22 marzo 2011, <http://xooglers.blogspot.com/2011/03/google-goes-electric.html>.

¹⁰⁸ F. Ridley e J. Blondel, *Public Administration in France*, London, Routledge and Kegan Paul, 1964.

¹⁰⁹ Cfr. Jane Jacobs, *The Death and Life of Great American Cities*, New York, Vintage, 1992 (ed. it. *Vita e morte delle grandi città. Saggio sulle metropoli americane*, trad. di Giuseppe Scattone, Torino,

Einaudi, 2009); sull'antiprocustismo di Berlin, cfr. Jonathan Allen, *Isaiah Berlin's Anti-Procrustean Liberalism: Ideas, Circumstances, and the Protean Individual*, relazione presentata all'incontro annuale della American Political Science Association (28-31 agosto 2003, Philadelphia (PA), disponibile all'indirizzo <http://berlin.wolf.ox.ac.uk/lists/onib/allen2003.pdf>; Friedrich Hayek. *The Use of Knowledge in Society*, in «The American Economic Review», 35, 4 (1° settembre 1945), pp. 519-530; Karl Popper. *The Poverty of Historicism, I*, in «Economica», 11, 42 (1° maggio 1944), pp. 86-103; Michael Oakeshott, *Rationalism in Politics and Other Essays*, exp. ed., Indianapolis, Liberty Fund, 1991.

¹¹⁰ Miguel Angel Centeno, *The New Leviathan: The Dynamics and Limits of Technocracy*, in «Theory and Society», 22, 3 (1993), p. 330.

V. I rischi del controllo algoritmico

¹ Inge Ejbye Sørensen, *Crowdsourcing and Outsourcing: The Impact of Online Funding and Distribution on the Documentary Film Industry in the UK*, in «Media, Culture & Society», 34, 6 (settembre 2012), p. 740.

² Adrian Chen, *What Would You Buy for People Who Read Books?: A Gift Guide*, in «Gawker», 19 novembre 2012.

³ La storia di «Guernica» si fonda su una mia corrispondenza privata con Joel Whitney.

⁴ *Ibid.*

⁵ Benché io sia venuto a conoscenza di questo caso attraverso una mailing list per soli iscritti, il post citato di seguito fa riferimento al problema avuto con AdSense da Sahara Reporters: *Sahara Reporters Beats Attack by «James Ibori» on Our Website*, Sahara Reporters, 2 febbraio 2012, <http://saharareporters.com/news-page/saharareporters-beats-attack-james-ibori-our-website>.

⁶ Nicholas Kulish, *Keystrokes in Google Bare Shocking Rumors about Bettina Wulff*, in «New York Times», 18 settembre 2012, <http://www.nytimes.com/2012/09/19/world/europe/keystrokes-in-google-bare-shocking-rumors-about-bettina-wulff.html>.

⁷ *Google Autocomplete Change Order*, BBC, 26 marzo 2012, <http://www.bbc.co.uk/news/technology-17510651>.

⁸ *Google Convicted Again in France over Google Suggest*, in «Search Engine Land», 26 settembre 2010, <http://searchengineland.com/google-convicted-again-in-france-over-google-suggest-51663>.

⁹ Barry Schwartz, *Google Must Censor Google Instant in Italy for Derogatory Suggestions*, Search Engine Land, 5 aprile 2011, <http://searchengineland.com/google-must-censor-google-instant-in-italy-for-derogatory-suggestions-71661>.

¹⁰ *How Google Instant's Autocomplete Suggestions Work*, Search Engine Land, 6 aprile 2011, <http://searchengineland.com/how-google-instant-autocomplete-suggestions-work-62592>.

¹¹ Dana Kerr, *Google Wipes Pirate Bay from Autocomplete Searches*, CNET, 10 settembre 2012, http://news.cnet.com/8301-1023_3-57510052-93/google-wipes-pirate-bay-from-autocomplete-searches.

¹² David Segal, *Closed in Error on Google Places, Merchants Seek Fixes*, in «New York Times», 5 settembre 2011, <http://www.nytimes.com/2011/09/06/technology/closed-in-error-on-google-places-merchants-seek-fixes.html>.

¹³ M.G. Siegler, *Marissa Mayer's Next Big Thing: «Contextual Discovery» – Google Results without Search*, TechCrunch, 8 dicembre 2010, <http://techcrunch.com/2010/12/08/googles-next-big-thing>.

¹⁴ James Robinson, *Twitter and Facebook Riot Restrictions Would Be a Mistake, Says Google Chief*, in «The Guardian», 27 agosto 2011, <http://www.guardian.co.uk/media/2011/aug/27/twitter-facebook-riot-restrictions-eric-schmidt>.

¹⁵ Ian Paul, *Facebook CEO Challenges the Social Norm of Privacy*, PCWorld, 11 gennaio 2010, http://www.pcworld.com/article/186584/facebook_ceo_challenges_the_social_norm_of_privacy.html.

¹⁶ Donald MacKenzie, *An Engine, Not a Camera: How Financial Models Shape Markets*, Cambridge (MA), MIT Press, 2008.

¹⁷ S. Levy, *In the Plex...*, cit., p. 174.

- ¹⁸ *Ten Things We Know to Be True*, Google, <http://www.google.com/about/company/philosophy>.
- ¹⁹ Cit. in Shawn Donnan, *Think Again*, in «Financial Times», 8 luglio 2011, <http://www.ft.com/intl/cms/s/2/b8e8b560-a84a-11e0-9f50-00144feabdc0.html>.
- ²⁰ Cit. in Levy, *In the Plex...*, cit., p. 171.
- ²¹ Julie Moos, *Transcript of Google CEO Eric Schmidt's Q&A at NAA*, [Poynter.org](http://www.poynter.org/latest-news/top-stories/95079/transcript-of-google-ceo-eric-schmidts-qa-at-naa), 7 aprile 2009, <http://www.poynter.org/latest-news/top-stories/95079/transcript-of-google-ceo-eric-schmidts-qa-at-naa>.
- ²² D. Weinberger, *Too Big to Know...*, cit., p. 11 (trad. it. cit., p. 17).
- ²³ *Ivi*, p. 13 (trad. it. cit., p. 20).
- ²⁴ *Ivi*, p. 50 (trad. it. cit., p. 70).
- ²⁵ Tarleton Gillespie, *Can an Algorithm Be Wrong?*, in «limn», 2 (2012), <http://limn.it/can-an-algorithm-be-wrong>.
- ²⁶ *Ibid.*
- ²⁷ Ken Alder, *Engineering the Revolution*, Princeton (NJ), Princeton University Press, 1999, p. 20.
- ²⁸ T. Gillespie, *Can an Algorithm Be Wrong?*, cit.
- ²⁹ *Ibid.*
- ³⁰ *Ibid.*
- ³¹ Cfr., per esempio, Nathan Jurgenson, *The IRL Fetish*, in «The New Inquiry», 28 giugno 2012, <http://thenewinquiry.com/essays/the-irl-fetish>.
- ³² Cfr. B. Latour, *We Have Never Been Modern*, cit., e Donna Haraway, *The Haraway Reader*, New York, Routledge, 2003.
- ³³ Jason Del Rey, *Web Ads Target Based on What You Watched on TV*, in «AdAge», 1° agosto 2012, <http://adage.com/article/digital/web-ads-target-based-watched-tv/236433>.
- ³⁴ Emily Steel, *Datalogix Leads Path in Online Tracking*, in «Financial Times», 23 settembre 2012, <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/8b9faecc-0584-11e2-9ebd-00144feabdc0.html>.
- ³⁵ Niall Ferguson, *Niall Ferguson Defends Newsweek Cover: Correct This, Bloggers*, Daily Beast, 21 agosto 2012, <http://www.thedailybeast.com/articles/2012/08/21/niall-ferguson-defends-newsweek-cover-correct-this-bloggers.html>.
- ³⁶ Paul Singer, *Twitter Memes Go Viral with Help of Big Media Tweeters*, in «USA Today», 21 ottobre 2012, <http://www.usatoday.com/story/news/politics/2012/10/21/twitter-media-invisibleobama-binders/1641967>.
- ³⁷ Ryan Holiday, *Trust Me, I'm Lying: Confessions of a Media Manipulator*, ed. Kindle, New York, Portfolio Hardcover, 2012, p. 21.
- ³⁸ *Ivi*, p. 23.
- ³⁹ *Ivi*, p. 18.
- ⁴⁰ *Ivi*, p. 21.
- ⁴¹ *Ivi*, p. 50.
- ⁴² Max Horkheimer e Theodor W. Adorno, *Dialectic of Enlightenment*, Stanford University Press, Palo Alto (CA), 2007 (ed. or. *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*, Frankfurt am Main, Fischer Verlag, 1944; ed. it. *Dialettica dell'illuminismo*, trad. di R. Solmi, Torino, Einaudi, 1966).
- ⁴³ B.J. Mendelson, *Social Media Is Bullshit*, New York, Macmillan, 2012, p. 46.
- ⁴⁴ Cfr., in particolare, Taina Bucher, *Want to Be on the Top? Algorithmic Power and the Threat of*

Invisibility on Facebook, in «New Media & Society», 14, 7 (2012), disponibile all'indirizzo <http://nms.sagepub.com/content/14/7/1164>; Id., *The Friendship Assemblage: Investigating Programmed Sociality on Facebook*, in «Television & New Media», agosto 2012, <http://tvn.sagepub.com/content/early/2012/08/14/1527476412452800.abstract>; e Id., *A Technicity of Attention: How Software Makes Sense*, in «Culture Machine», 13, 2012, <http://culturemachine.net/index.php/cm/article/viewArticle/470>.

⁴⁵ T. Bucher, *Want to Be on the Top?*, cit.

⁴⁶ C.W. Anderson, *Deliberative, Agonistic, and Algorithmic Audiences: Journalism's Vision of Its Public in an Age of Audience Transparency*, in «International Journal of Communication», 5 (2011), pp. 529-547.

⁴⁷ Cit. in R. Holiday, *Trust Me, I'm Lying*, cit., p. 62.

⁴⁸ Ivi, p. 62.

⁴⁹ Christopher Steiner, *Automate This: How Algorithms Came to Rule Our World*, New York, Portfolio Hardcover, 2012, p. 86.

⁵⁰ Lorraine J. Daston e Peter Galison, *Objectivity*, New York, Zone Books, 2010, pp. 115-191.

⁵¹ Ch. Steiner, *Automate This*, cit., p. 88.

⁵² Joseph Turow, *The Daily You: How the New Advertising Industry Is Defining Your Identity and Your Worth*, New Haven (CT), Yale University Press, 2012.

⁵³ Ivi, p. 26.

⁵⁴ Ibid.

⁵⁵ Ivi, p. 124.

⁵⁶ Ivi, pp. 124-125.

⁵⁷ Ivi, p. 125.

⁵⁸ Ivi, p. 7.

⁵⁹ Per altre informazioni su questo tema, cfr. Evgeny Morozov, *A Robot Stole My Pulitzer*, in «Slate», 19 marzo 2012, http://www.slate.com/articles/technology/future_tense/2012/03/narrative_science_robot_journalists_customi

⁶⁰ Katy Waldman, *Popping the Myth of the Filter Bubble*, in «Slate», 13 aprile 2012, http://www.slate.com/articles/news_and_politics/intelligence_squared/2012/04/the_next_slate_intelligence

⁶¹ David Karpf, *The MoveOn Effect: The Unexpected Transformation of American Political Advocacy*, New York, Oxford University Press, 2012, p. 169.

⁶² Ivi, p. 44.

⁶³ Matthew Yglesias, *Me Want Cookies!*, in «Slate», 5 marzo 2012, http://www.slate.com/articles/business/moneybox/2012/03/apple_vs_google_the_war_over_third_party_coo

⁶⁴ Ibid.

⁶⁵ Ho trattato del mito della «disintermediazione» in un articolo apparso su «Slate», cui in parte attinge il presente paragrafo. Cfr. Evgeny Morozov, *Muzzled by the Bots*, in «Slate», 26 ottobre 2012, http://www.slate.com/articles/technology/future_tense/2012/10/disintermediation_we_aren_t_seeing_fewer

⁶⁶ Mark Risher, *The Dark Side of Social: Protect Your Brand from Abusive Social Spam*, in «The Allied Front» (blog aziendale di Impermium), 10 ottobre 2012, <http://www.impermium.com/blog/2012/10/10/the-dark-side-of-social-protect-your-brand-from-abusive-social-spam>.

⁶⁷ Jeff Bezos, *The Power of Invention*, [SEC.gov](http://sec.gov), aprile 2012, <http://sec.gov/Archives/edgar/data/1018724/000119312512161812/d329990dex991.htm>.

⁶⁸ David Edgerton, *Shock of the Old: Technology and Global History Since 1900*, London, Profile Books, 2011, p. 35.

⁶⁹ Karl-Erik Sveiby, Pernilla Gripenberg, Beata Segercrantz (a cura di), «The Unintended and Undesirable Consequences: Neglected by Innovation Research», in *Challenging the Innovation Paradigm*, London, Routledge, 2012.

⁷⁰ Benoit Godin, «Καυτοπομία: An Old Word for a New World, or the De-Contestation of a Political and Contested Concept», in *Challenging the Innovation Paradigm*, cit., p. 37.

⁷¹ Ivi, p. 53.

⁷² Allen Buchanan, Tony Cole, Robert O. Keohane, *Justice in the Diffusion of Innovation*, in «Journal of Political Philosophy», 19, 3 (2011), p. 307.

⁷³ Majid Tehranian, *Technologies of Power: Information Machines and Democratic Prospects*, Ablex Publishing, New York, 1990, p. 5.

⁷⁴ J. Jarvis, *Public Parts...*, cit., p. 61.

⁷⁵ M. Tehranian, *Technologies of Power...*, cit., p. 5.

⁷⁶ Ivi, p. 20.

⁷⁷ T. Judt e T. Snyder, *Thinking the Twentieth Century...*, cit., p. 361.

⁷⁸ John Tozzi, *Obama's Pizza Stop Creates Least Helpful Yelp Profile Ever*, in «Bloomberg Businessweek», 11 settembre 2012, <http://www.businessweek.com/articles/2012-09-11/obamas-pizza-stop-creates-least-helpful-yelp-profile-ever>.

⁷⁹ Questo paragrafo attinge a piene mani da Grant Blank, *Critics, Ratings, and Society: The Sociology of Reviews*, Lanham (MD), Rowman & Littlefield Publishers, 2006.

⁸⁰ Ivi, p. 54.

⁸¹ Ivi, p. 58.

⁸² Ivi, p. 106.

⁸³ Joshua Cohen, *Four New Messages*, Minneapolis, Graywolf Press, 2012, p. 113.

⁸⁴ Steven A. Shaw, *The Zagat Effect*, in «Commentary», 110, 4 (2000), <https://www.commentarymagazine.com/article/the-zagat-effect>.

⁸⁵ Ibid.

⁸⁶ Ibid.

⁸⁷ C. Shirky, *Cognitive Surplus...*, cit., p. 151 (trad. it. cit., p. 127).

⁸⁸ Ibid. (trad. it. cit., p. 127).

⁸⁹ Ibid. (trad. it. cit., pp. 127-128).

⁹⁰ S.A. Shaw, *The Zagat Effect*, cit.

⁹¹ Nancy Weiss Hanrahan, *If the People Like It, It Must Be Good: Criticism, Democracy and the Culture of Consensus*, in «Cultural Sociology», 11 luglio 2012, <http://cus.sagepub.com/content/early/2012/05/15/1749975512453656.abstract>.

⁹² Theodor W. Adorno, *Einleitung in die Musiksoziologie. Zwölf theoretische Vorlesungen*, Frankfurt am Main, Suhrkamp Verlag, 1962 (ed. it. *Introduzione alla sociologia della musica*, trad. di Giacomo

Manzoni, Torino, Einaudi, 1971⁵, p. 187).

⁹³ Ryan Gillespie, *The Art of Criticism in the Age of Interactive Technology: Critics, Participatory Culture, and the Avant-Garde*, in «International Journal of Communication», 6 (2012), p. 66. Disponibile all'indirizzo <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/viewDownloadInterstitial/936/683>.

⁹⁴ Daniel Mendelsohn, *A Critic's Manifesto*, in «The New Yorker», 28 agosto 2012, <http://www.newyorker.com/online/blogs/books/2012/08/a-critics-manifesto.html>.

VI. Meno delitti, più castighi

¹ Ursula Franklin, *The Real World of Technology*, Toronto, House of Anansi, 1999, p. 18.

² Thomas Molnar, *Utopia: The Perennial Heresy*, cit., p. 6.

³ Ethan Watters, *Shot Spotter*, in «Wired», marzo 2007, <http://www.wired.com/wired/archive/15.04/shotspotter.html>.

⁴ Su PredPol e la «polizia predittiva» in generale, cfr. *Sci-fi Policing: Predicting Crime before It Occurs*, Associated Press, 1° luglio 2012; Joel Rubin, *Stopping Crime before It Starts*, in «Los Angeles Times», 21 agosto 2010, <http://articles.latimes.com/2010/aug/21/local/la-me-predictcrime-20100427-1>.

⁵ NYPD, *Microsoft Push Big Data Policing into Spotlight*, in «Informationweek», 20 agosto 2012, <http://www.informationweek.com/security/privacy/nypd-microsoft-push-big-data-policing-in/240005838>.

⁶ C. Beck e C. McCue, *Predictive Policing: What Can We Learn from Wal-Mart and Amazon About Fighting Crime in a Recession?*, in «The Police Chief», 76, 11 (2009), http://www.policechiefmagazine.org/magazine/index.cfm?fuseaction=print_display&article_id=1942&issue_id=112009.

⁷ Andrew Guthrie Ferguson, *Predictive Policing: The Future of Reasonable Suspicion*, in «Emory Law Journal», 2 maggio 2012, <http://ssrn.com/abstract=2050001>.

⁸ *Ibid.*

⁹ Per ulteriori informazioni su questo tema, cfr. Jeremy Grant, *Australia Clamps Down on «Algo» Trading*, in «Financial Times», 13 agosto 2012, <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/ad11c4bc-e4f2-11e1-8e29-00144feab49a.html>, e *Hong Kong Considers Annual Inspections of Algorithms*, Automated Trader, 26 luglio 2012, <http://www.automatedtrader.net/headlines/129847/hong-kong-considers-annual-inspections-of-algorithms>.

¹⁰ Riva Richmond, *Facebook's New Way to Combat Child Pornography*, in «New York Times Gadgetwise», 19 maggio 2011, <http://gadgetwise.blogs.nytimes.com/2011/05/19/facebook-to-combat-child-porn-using-microsofts-technology>.

¹¹ Joseph Menn, *Social Networks Scan for Sexual Predators, with Uneven Results*, Reuters, 12 luglio 2012, <http://www.reuters.com/article/2012/07/12/us-usa-internet-predators-idUSBRE86B05G20120712>.

¹² *Can Data Mining Stop the Killing?*, in «Wall Street Journal», 24 luglio 2012, <http://online.wsj.com/article/SB1000087239639044357090457754-6671693245302.html>.

¹³ Maija Palmer, *TomTom Sorry for Selling Driver Data to Police*, in «Financial Times», 28 aprile 2011, <http://www.ft.com/cms/s/2/3f80e432-7199-11e0-9b7a-00144feabdc0.html>.

¹⁴ Christopher Soghoian, *The Law Enforcement Surveillance Reporting Gap*, Social Science Research Network, 10 aprile 2011, <http://ssrn.com/abstract=1806628> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1806628>.

¹⁵ *Tap the Power of Social Media to Drive Better Policing Outcomes*, Accenture, <http://www.accenture.com/us-en/Pages/insight-tap-power-social-media-drive-better-policing-outcomes.aspx>.

¹⁶ *Becoming an Agile Digital Detective*, ECM Universe, febbraio 2012, http://www.ecmuniverse.com/products/ECM_Universe_Law_Enforcement_IBM_Solution_Profile.pdf.

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ Dana Milbank, *From Tracking al-Qaeda to Tracking the Wayward Spouse*, in «Washington Post», 4 aprile 2012, http://www.washingtonpost.com/opinions/from-tracking-al-qaeda-to-tracking-the-wayward-spouse/2012/04/03/gIQAf75ytS_story.html.

¹⁹ Shumeet Baluja, *The Silicon Jungle: A Novel of Deception, Power, and Internet Intrigue*, Princeton (NJ), Princeton University Press, 2011 (ed. it. *Silicon jungle. Intrighi, tradimenti e giochi di potere nel mondo di internet*, trad. di Laura Bussotti e Velia Februari, Bari, Dedalo, 2011).

²⁰ David Garland, *The Culture of Control: Crime and Social Order in Contemporary Society*, Chicago, University of Chicago Press, 2002.

²¹ Ivi, p. 16.

²² Harvey Molotch, *Against Security: How We Go Wrong at Airports, Subways, and Other Sites of Ambiguous Danger*, Princeton (NJ), Princeton University Press, 2012.

²³ Graeme R. Newman, R.V.G. Clarke, S. Giora Shoham, *Rational Choice and Situational Crime Prevention: Theoretical Foundations*, London, Ashgate Publishing Limited, 1997, p. 215.

²⁴ D.B. Cornish e R.V.G. Clarke, *Opportunities, Precipitators and Criminal Decisions: A Reply to Wortley's Critique of Situational Crime Prevention*, in «Crime Prevention Studies», 16 (2003), pp. 41-96.

²⁵ Cit. in Andrew von Hirsch, David Garland, Alison Wakefield, *Ethical and Social Perspectives on Situational Crime Prevention*, Oxford, Hart Publishing, 2000, p. 41.

²⁶ D. Garland, *The Culture of Control...*, cit., p. 183.

²⁷ Ian R. Kerr, «Digital Locks and the Automation of Virtue», in Michael Geist e Irwin Law (a cura di), «Radical Extremism» to «Balanced Copyright»: *Canadian Copyright and the Digital Agenda*, Toronto, 2010, p. 247. Disponibile sul sito dell'SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2115655>.

²⁸ Ibid.

²⁹ Tristan Gooley, *The Natural Navigator: The Rediscovered Art of Letting Nature Be Your Guide*, New York, The Experiment, 2012 (rist.), p. 10.

³⁰ Roger Brownsword, *Whither the Law and the Law Books? From Prescription to Possibility*, in «Journal of Law and Society», 39, 2 (2012), pp. 296-308; Id., *Lost in Translation: Legality, Regulatory Margins, and Technological Management*, in «Berkeley Technology Law Journal», 26 (2011), pp. 1321-1366; Id., *Rights, Regulation and the Technological Revolution*, New York, Oxford University Press, 2008.

³¹ Smile! You're on Casino Camera, Associated Press, 11 febbraio 2009, http://www.cbsnews.com/2100-205_162-274604.html.

³² Ashlee Vance, *A Privacy-Friendly Way to Ban Gambling Addicts from Casinos*, in «Bloomberg Businessweek», 29 agosto 2012, <http://www.businessweek.com/articles/2012-08-29/a-privacy-friendly-way-to-ban-gambling-addicts-from-casinos>.

³³ Richard H. Thaler e Cass R. Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*, Penguin Books, New York, 2009 (ed. aggiornata; ed. it. *Nudge. La spinta gentile. La nuova strategia per migliorare le nostre decisioni su denaro, salute, felicità*, trad. di Adele Oliveri, Feltrinelli, Milano, 2009).

³⁴ F. Godlee, *Obesity and Climate Change*, in «British Medical Journal», 345, 2012, <http://www.bmj.com/content/345/bmj.e6516>.

³⁵ R. Brownsword, *Lost in Translation...*, cit., p. 1356.

³⁶ La migliore introduzione sintetica al pensiero di Dewey sulla tecnologia e il paternalismo (da cui è

tratta la maggior parte delle citazioni di Dewey presenti in questo libro) è Tan Sor Hoon, *Paternalism – a Deweyan Perspective*, in «Journal of Speculative Philosophy», 13, 1 (1° gennaio 1999), pp. 56-70. Per una trattazione più approfondita su Dewey e la tecnologia, cfr. Larry A. Hickman, *Philosophical Tools for Technological Culture: Putting Pragmatism to Work*, Bloomington, Indiana University Press, 2001.

³⁷ Cit. in Tan Sor Hoon, *Paternalism...*, cit., p. 63.

³⁸ Cit. *ivi*, p. 62.

³⁹ Bruno Latour, *Morality and Technology: The End of the Means*, in «Theory, Culture & Society», 19, 5-6 (1° dicembre 2002), pp. 247-260.

⁴⁰ Daniel Rosenthal, *Assessing Digital Preemption (and the Future of Law Enforcement?)*, in «New Criminal Law Review», 14, 4 (ottobre 2011), pp. 576-610.

⁴¹ Michael Rich, *Should We Make Crime Impossible?*, in «Harvard Journal of Law and Public Policy», 26 marzo 2012, <http://ssrn.com/abstract=2029201>.

⁴² Kimberley Brownlee, *Civil Disobedience*, in *Stanford Encyclopedia of Philosophy*, a cura di Edward N. Zalta, primavera 2010, <http://plato.stanford.edu/entries/civil-disobedience>.

⁴³ Ronald Dworkin, *Taking Rights Seriously*, Cambridge (MA), Harvard University Press, 1978 (ed. it. *I diritti presi sul serio*, trad. di Federico Oriana, Bologna, il Mulino, 1982).

⁴⁴ Bruce Schneier, *Liars and Outliers: Enabling the Trust that Society Needs to Thrive*, New York, Wiley, 2012, p. 248.

⁴⁵ *Ibid.*

⁴⁶ Cfr. D. Rosenthal, *Assessing Digital Preemption...*, cit., p. 601.

⁴⁷ Cfr. M. Rich, *Should We Make Crime Impossible?*, cit.

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ D. Rosenthal, *Assessing Digital Preemption*, cit., p. 584

⁵⁰ Lior Jacob Strahilevitz, *Information and Exclusion*, New Haven (CT), Yale University Press, 2011.

⁵¹ H.J. Holzer, S. Raphael, M.A. Stoll, *Perceived Criminality, Criminal Background Checks, and the Racial Hiring Practices of Employers*, in «Journal of Law and Economics», 49, 2 (2006), pp. 451-480.

⁵² Kwok Leslie, *Facebook Profiles Found to Predict Job Performance*, in «Wall Street Journal», 21 febbraio 2012, <http://online.wsj.com/article/SB1000142-4052970204909104577235474086304212.html>.

⁵³ L.J. Strahilevitz, *Information and Exclusion*, cit., p. 51.

⁵⁴ Gordon Crovitz, *Is Technology Good or Bad? Yes*, in «Wall Street Journal», 23 agosto 2010, <http://online.wsj.com/article/SB1000142405274870357980-4575441461191438330.html>.

⁵⁵ Nick Bilton, *I Live in the Future and Here's How It Works: Why Your World, Work, and Brain Are Being Creatively Disrupted*, New York, Random House Digital, 2010, p. 216.

⁵⁶ P. Khanna e A. Khanna, *Hybrid Reality...*, cit.

⁵⁷ Langdon Winner, *Autonomous Technology: Technics-out-of-Control as a Theme in Political Thought*, Cambridge (MA), MIT Press, 1978.

⁵⁸ Kevin Kelly, *What Technology Wants*, ed. Kindle, New York, Penguin Books, 2011 (ed. it. *Quello che vuole la tecnologia*, trad. di Giuliana Olivero, Torino, Codice, 2011).

⁵⁹ Per Wu, cfr. la sua recensione del libro su Amazon: <http://www.amazon.com/review/R3JVF5DQVTG1HU>; per Johnson, cfr. Steven Johnson, *Future Perfect...*,

cit., p. 224.

⁶⁰ K. Kelly, *What Technology Wants*, cit., p. 15 (trad. it. cit., p. 17).

⁶¹ *Ibid.* (trad. it. cit., pp. 17-18).

⁶² *Ivi*, p. 187 (trad. it. cit., p. 194).

⁶³ *Ivi*, p. 44 (trad. it. cit., p. 48).

⁶⁴ *Ivi*, p. 6 (trad. it. cit., p. 8).

⁶⁵ *Ivi*, p. 174 (trad. it. cit., p. 180).

⁶⁶ *Ivi*, p. 252 (trad. it. cit., p. 261).

⁶⁷ *Ivi*, p. 237 (trad. it. cit., p. 243).

⁶⁸ *Ivi*, p. 242 (trad. it. cit., pp. 250-251).

⁶⁹ *Ivi*, p. 243 (trad. it. cit., p. 252).

⁷⁰ *Ivi*, p. 70 (trad. it. cit., p. 73).

⁷¹ *Ivi*, p. 22 (trad. it. cit., p. 24).

⁷² Cit. in John C. Guse, *Nazi Technical Thought Revisited*, in «History and Technology: An International Journal», 26, 1 (2010), p. 10.

⁷³ Ayn Rand, *The Return of the Primitive: The Anti-Industrial Revolution*, ed. Kindle, New York, Plume, 1999.

⁷⁴ *Ivi*, posizione Kindle 4889-4890.

⁷⁵ *Ivi*, posizione Kindle 4887-4888.

⁷⁶ *Ivi*, posizione Kindle 4905.

⁷⁷ K. Kelly, *What Technology Wants*, cit., p. 170 (trad. it. cit., p. 176).

⁷⁸ Ilkka Tuomi, *The Lives and Death of Moore's Law*, in «First Monday», 7, 11 (2002), <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1000/921>.

⁷⁹ *Ibid.*

⁸⁰ Cit. *ibid.*

⁸¹ I. Tuomi, *The Lives and Death of Moore's Law*, cit.

⁸² Cit. in Carroll W. Pursell, *Government and Technology in the Great Depression*, in «Technology and Culture», 20, 1 (1° gennaio 1979), p. 162.

⁸³ Bernhard Rieger, «Modern Wonders»: *Technological Innovation and Public Ambivalence in Britain and Germany, 1890s to 1933*, in «History Workshop Journal», 55, 1 (1° gennaio 2003), p. 171.

⁸⁴ *Ivi*, p. 170.

⁸⁵ Robert E. Mensel, «Kodakers Lying in Wait»: *Amateur Photography and the Right of Privacy in New York, 1885-1915*, in «American Quarterly», 43, 1 (1° marzo 1991), pp. 24-45. Jeff Jarvis istituisce un legame tra i Kodakers e i social media in *Public Parts...*, p. 63.

⁸⁶ Karin Bijsterveld, *The Diabolical Symphony of the Mechanical Age: Technology and Symbolism of Sound in European and North American Noise Abatement Campaigns, 1900-40*, in «Social Studies of Science», 31, 1 (1° febbraio 2001), pp. 37-70; Peter Payer, *The Age of Noise Early Reactions in Vienna, 1870-1914*, in «Journal of Urban History», 33, 5 (1° luglio 2007), pp. 773-793; Egbert Klautke, *Anarchy and Noise: New Perspectives on the History of Fin-de-Siecle Vienna*, in «Central Europe», 7, 2 (2009), pp. 161-168.

⁸⁷ Su Lessing, cfr. Lawrence Baron, *Noise and Degeneration: Theodor Lessing's Crusade for Quiet*, «Journal of Contemporary History», 17, 1 (1982), pp. 165-178.

⁸⁸ P. Payer, *The Age of Noise...*, cit., p. 790.

⁸⁹ L. Baron, *Noise and Degeneration...*, cit., p. 168.

⁹⁰ P. Payer, *The Age of Noise...*, cit., p. 782.

⁹¹ Farhad Manjoo, *Smile, You're on Everyone's Camera*, in «Slate», 13 luglio 2011, http://www.slate.com/articles/technology/technology/2011/07/smile_youre_on_everyones_camera.single.htm

⁹² *Ibid.*

⁹³ *Ibid.*

⁹⁴ Kelly A. Gates, *Our Biometric Future: Facial Recognition Technology and the Culture of Surveillance*, New York, New York University Press, 2011, e Shoshana Amielle Magnet, *When Biometrics Fail: Gender, Race, and the Technology of Identity*, ed. Kindle, Durham (NC), Duke University Press Books, 2011.

⁹⁵ *Ivi*, posizione Kindle 145-146.

⁹⁶ *Ivi*, posizione Kindle 458-459.

VII. L'iPhone di Galton

¹ Michel Serres, *The Five Senses: A Philosophy of Mingled Bodies*, New York, Continuum International Publishing Group, 2008, p. 104 (ed. or. *Le Cinq sens*, Paris, Grasset, 1985).

² Ivan Illich, *In the Mirror of the Past: Lectures and Addresses, 1978-1990*, New York, M. Boyars, 1992, p. 223 (ed. it. *Nello specchio del passato*, trad. di Augusto Sabbadini e Antonio Airoidi, Milano, Boroli, 2005, pp. 221-222).

³ Dominic Basulto, *Meet the Urban Datasexual*, The Big Think, 16 aprile 2012, <http://bigthink.com/endless-innovation/meet-the-urban-datasexual>.

⁴ *Ibid.*

⁵ Ariel Schwartz, *The Beam Toothbrush Knows If You're Not Brushing Enough*, Co.Exist, 8 ottobre 2012, <http://www.fastcoexist.com/1680659/the-beam-toothbrush-knows-if-youre-not-brushing-enough>.

⁶ M. Kay et al., *Lullaby: Environmental Sensing for Sleep Self-Improvement*, Workshop on Personal Informatics, CHI 2011, 7-12 maggio 2011, Vancouver, British Columbia, Canada, <http://personalinformatics.org/docs/chi2011/kay.pdf>.

⁷ Alexandra Carmichael, *Quantifying Myself*, The Quantified Self, 13 dicembre 2008, <http://quantifiedself.com/2008/12/quantifying-myself>.

⁸ Jamin Brophy-Warren, *The New Examined Life*, in «Wall Street Journal», 6 dicembre 2008, <http://online.wsj.com/article/SB122852285532784401.html>.

⁹ Suzanne Labarre, *Facebook Hires Infographic Gurus Nicholas Felton and Ryan Case*, Co.Design, 27 aprile 2011, <http://www.fastcodesign.com/1663718/facebook-hires-infographic-gurus-nicholas-felton-and-ryan-case>.

¹⁰ April Dembosky, *Invasion of the Body Hackers*, in «Financial Times», 10 giugno 2011, <http://www.ft.com/intl/cms/s/2/3ccb11a0-923b-11e0-9e00-00144feab49a.html>.

¹¹ Mark Bowden, *The Measured Man*, in «The Atlantic», agosto 2012, <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2012/07/the-measured-man/309018>.

¹² Su Fletcher, cfr. T.A. Turley, *The Merchant of Venice: Horace Fletcher and «Fletcherism»*, in «Nutrition Today», 21, 6 (1986), pp. 15-21; A.G. Christen e J.A. Christen. *Horace Fletcher (1849-1919): «The Great Masticator»*, in «Journal of the History of Dentistry», 45 (1997), pp. 95-100; Horace Fletcher, *Fletcherism, What It Is: Or, How I Became Young at Sixty*, Carlisle (MA), Applewood Books, 2008 (ed. or. 1923). Su Fletcher e Henry James, cfr. Tim Armstrong (a cura di), *Disciplining the Corpus: Henry James and Fletcherism*, in *American Bodies: Cultural Histories of the Physique*, New York, New York University Press, 1996.

¹³ H. Fletcher, *Fletcherism*, cit., p. 58.

¹⁴ *Ivi*, p. 128.

¹⁵ Cfr. la sua autobiografia: Benjamin Franklin, *The Autobiography of Benjamin Franklin*, Mineola (NY), Dover Publications, 1996 (ed. it. *Autobiografia. Benjamin Franklin*, trad. di Giuseppe Lombardo, Milano, Garzanti, 1998).

¹⁶ Michael Bulmer, *Francis Galton: Pioneer of Heredity and Biometry*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 2003, p. 30.

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Gary Wolf, *The Data-Driven Life*, in «New York Times», 28 aprile 2010, <http://www.nytimes.com/2010/05/02/magazine/02self-measurement-t.html?pagewanted=all&r=0>.

²⁰ Ibid.

²¹ Ibid.

²² M. Bowden, *The Measured Man*, cit.

²³ J. Brophy-Warren, *The New Examined Life*, cit.

²⁴ Anne Eisenberg, *Mining Our Own Personal Data, for Self-Discovery*, in «New York Times», 7 aprile 2012, <http://www.nytimes.com/2012/04/08/business/mining-our-personal-data-for-our-own-good.html>.

²⁵ Ki Mae Heussner, *Will Monitoring Our Health Be Like Managing a Stock Portfolio?*, in «GigaOm», 16 ottobre 2012, <http://gigaom.com/data/will-monitoring-our-health-be-like-managing-a-stockportfolio-2>.

²⁶ G. Wolf, *The Data-Driven Life*, cit.

²⁷ Bernard Williams, *Truth and Truthfulness: An Essay in Genealogy*, Princeton (NJ), Princeton University Press, 2004 (ed. it. *Genealogia della verità. Storia e virtù del dire il vero*, trad. di Gianfranco Pellegrino, Roma, Fazi, 2005).

²⁸ G. Wolf, *The Data-Driven Life*, cit.

²⁹ Bill Wasik, *Bright Lights, Big Internet*, in «New York Times», 30 luglio 2009, <http://www.nytimes.com/2009/07/30/opinion/30wasik.html>.

³⁰ Farhad Manjoo, *My PC Needs ESP*, in «Slate», 3 agosto 2011, http://www.slate.com/articles/technology/technology/2011/08/my_pc_needs_esp.html.

³¹ *Personal Data: The Emergence of a New Asset Class*, World Economic Forum, gennaio 2011, <http://www.weforum.org/reports/personal-data-emergence-new-asset-class>.

³² Julia Angwin e Emily Steel, *Web's Hot New Commodity: Privacy*, in «Wall Street Journal», 27 febbraio 2011, <http://online.wsj.com/article/SB10001424052748703529004576160764037920274.html>.

³³ David Mitchell, *There's No Point Resisting Corporate Websites. It's Time to Sell Yourself*, in «The Observer», 17 giugno 2012, <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2012/jun/17/corporate-websites-david-mitchell>.

³⁴ Ibid.

³⁵ Cfr. Daytum.com.

³⁶ Kashmir Hill, *Taking My Measure*, in «Forbes», 25 aprile 2011, <http://www.forbes.com/forbes/2011/0425/features-health-personal-data-work-out-taking-my-measure.html>.

³⁷ Cit. in *Privacy 2.0: The Garbo Economy*, NPR, 27 aprile 2011, <http://www.npr.org/2011/04/27/135623137/privacy-2-0-the-garbo-economy>.

³⁸ Glen Newey, *You Have £2000, I Have a Kidney*, in «London Review of Books», 21 giugno 2012, <http://www.lrb.co.uk/v34/n12/glen-newey/you-have-pounds2000-i-have-a-kidney>.

³⁹ Nick Bilton, *Erasing Individual's Digital Past*, in «New York Times», 1° aprile 2011, <http://www.nytimes.com/2011/04/03/fashion/03reputation.html?pagewanted=all>.

⁴⁰ Reid Hoffman e Ben Casnocha, *The Start-up of You: Adapt to the Future, Invest in Yourself, and Transform Your Career*, New York, Crown Business, 2012, p. 19 (ed. it. *Teniamoci in contatto. La vita*

come impresa, trad. di Matteo Vegetti, Milano, Egra, 2012).

⁴¹ Ibid.

⁴² Mike Swift, *Battle Brewing over Control of Personal Data Online*, in «San Jose Mercury News», 29 giugno 2011, <http://phys.org/news/2011-06-brewing-personal-online.html>.

⁴³ Ibid.

⁴⁴ Katrin Schulze, *Machen sich Facebook-Verweigerer verdächtig?*, in «Der Tagesspiegel», 24 luglio 2012, <http://www.tagesspiegel.de/weltspiegel/nach-dem-attentat-von-denver-kein-facebook-profil-kein-job-angebot/6911648-2.html>.

⁴⁵ Cit. in Kashmir Hill, *You Don't Need a Facebook Account to Be Considered «Normal» (but It Helps)*, *Forbes.com*, 13 agosto 2012, <http://www.forbes.com/sites/kashmirhill/2012/08/13/you-dont-need-a-facebook-account-to-be-considered-normal-but-it-helps>.

⁴⁶ Scott R. Peppet, *Unraveling Privacy: The Personal Prospectus & the Threat of a Full Disclosure Future* (August 7, 2010), in «Northwestern University Law Review», 2011, <http://ssrn.com/abstract=1678634>.

⁴⁷ C. Steiner, *Automate This...*, cit., p. 159.

⁴⁸ Hillary Osborne, *Aviva to Trial Smartphone Car Insurance Technology*, in «Guardian», 13 agosto 2012, <http://www.guardian.co.uk/money/2012/aug/13/aviva-trial-smartphone-car-insurance-technology>.

⁴⁹ *Start-Up Monitors Professional Drivers*, in «Wall Street Journal», 26 giugno 2012, <http://online.wsj.com/article/SB20001424052702303640804577488911381529248.html>.

⁵⁰ J. Jarvis, *Public Parts...*, cit., p. 131.

⁵¹ S.R. Peppet, *Unraveling Privacy...*, cit.

⁵² Ibid.

⁵³ Friedrich Nietzsche, *The Gay Science*, Courier Dover Publications, Mineola (NY), 2006, p. 64 (ed. or. *Die fröhliche Wissenschaft*, Chemnitz, Verlag von Ernst Schmeitzner, 1882; ed. it. F. Nietzsche, *La gaia scienza*, trad. di F. Masini, Milano, Adelphi, 1984 [3^a ed.], p. 252).

⁵⁴ Caroline Molina y Vedia, *Philosophical Writings: Friedrich Nietzsche*, New York, Continuum International Publishing Group, 1995, p. 157 (cfr. F. Nietzsche, *La gaia scienza*, cit., p. 252).

⁵⁵ Ivi (trad. it. cit., pp. 252-253).

⁵⁶ Ibid. (trad. it. cit., p. 253.)

⁵⁷ Cit. in Rob Young, *The Ultimate Magical Synaesthesia Machine*, in «London Review of Books», 22 settembre 2011, <http://www.lrb.co.uk/v33/n18/rob-young/the-ultimate-magical-synaesthesia-machine>.

⁵⁸ C. Molina y Vedia, *Philosophical Writings...*, cit., p. 158 (F. Nietzsche, *La gaia scienza*, cit., p. 253).

⁵⁹ *We're Trying to Answer the Question*, in «Slate», 9 dicembre 2011, http://www.slate.com/articles/technology/technology/2011/12/google_s_eric_schmidt_an_interview_with_tl

⁶⁰ Ibid.

⁶¹ K. Kelly, *What Technology Wants*, cit., p. 100.

⁶² Theodore M. Porter, *Trust in Numbers: The Pursuit of Objectivity in Science and Public Life*, Princeton (NJ), Princeton University Press, 1996.

⁶³ Cit. in Susan Rose-Ackerman, *International Handbook on the Economics of Corruption*, Northampton (MA), Edward Elgar Publishing, 2006, p. 52.

⁶⁴ Condorcet: *Political Writings*, a cura di Steven Lukes e Nadia Urbinati, Cambridge, Cambridge University Press, 2012 (ed. or. Jean-Antoine Nicolas Caritat de Condorcet, *Esquisse d'un tableau historique des progrès de l'esprit humain*, Paris, Agasse, 1975; ed. it. *Saggio di un quadro storico dei progressi dello spirito umano*, trad. di Guido Calvi, Roma, Editori Riuniti, 1974, p. 201).

⁶⁵ Gary Wolf, *QS & The Macroscopic*, Aether Blog, <http://aether.com/themacroscopic>.

⁶⁶ Wendy N. Espeland e Mitchell L. Stevens, *A Sociology of Quantification*, in «European Journal of Sociology», 49, 3 (2008), pp. 401-436.

⁶⁷ G. Wolf, *The Data-Driven Life*, cit.

⁶⁸ Robert P. Crease, *World in the Balance: The Historic Quest for an Absolute System of Measurement*, New York, W.W. Norton & Company, 2011, p. 275.

⁶⁹ *Ibid.*

⁷⁰ *Ivi*, pp. 275-276.

⁷¹ Matthew B. Crawford, *The Computerized Academy*, in «The New Atlantis», estate 2005, <http://www.thenewatlantis.com/publications/the-computerized-academy>.

⁷² Cit. in Bobbie Johnson, *Mendeley Injects Some Pace into Academia with Fast, Big Data*, GigaOM, 6 agosto 2012, <http://gigaom.com/europe/mendeley-injects-some-pace-into-academia-with-fast-big-data>.

⁷³ Gautam Naik, *Journals' Ranking System Roils Research*, «Wall Street Journal», 24 agosto 2012, <http://online.wsj.com/article/SB10000872396390444082904577609313125942378.html>.

⁷⁴ Phil Davis, *The Emergence of a Citation Cartel*, The Scholarly Kitchen, 10 aprile 2012, <http://scholarlykitchen.sspnet.org/2012/04/10/emergence-of-a-citation-cartel>.

⁷⁵ Gary Taubes, *What Really Makes Us Fat*, in «New York Times», 30 giugno 2012, <http://www.nytimes.com/2012/07/01/opinion/sunday/what-really-makes-us-fat.html>.

⁷⁶ Gyorgy Scrinis, *Nutritionism and Functional Foods*, in *The Philosophy of Food*, a cura di David Kaplan, Berkeley, University of California Press, 2012; e Id., *On the Ideology of Nutritionism*, in «Gastronomica», 8, 1 (febbraio 2008), pp. 39-48.

⁷⁷ G. Scrinis, *Nutritionism...*, cit.

⁷⁸ *Ibid.*

⁷⁹ G. Scrinis, *On the Ideology...*, cit.

⁸⁰ Per la distinzione tra «matters of fact» e «matters of concern», cfr. Bruno Latour, *Why Has Critique Run out of Steam? From Matters of Fact to Matters of Concern*, in «Critical Inquiry», 30, 2 (inverno 2004), pp. 225-248.

⁸¹ James C. Scott, *Seeing like a State: How Certain Schemes to Improve the Human Condition Have Failed*, New Haven (CT), Yale University Press, 1998, p. 11.

⁸² David Cayley, *Ivan Illich in Conversation*, Toronto, House of Anansi, 1992, p. 166 (ed. it. *Conversazioni con Ivan Illich. Un archeologo della modernità*, trad. di Stefano Stogl, Milano, Elèuthera, 1994, pp. 118).

⁸³ Terry Eagleton, *So Bad It's Good: Why Do We Find Evil So Much More Fascinating Than Goodness?*, in «The Independent», 7 maggio 2010, <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/books/features/so-bad-its-good-why-do-we-find-evil-so-much-more-fascinating-than-goodness-1965587.html>.

⁸⁴ Greg Beato, *The Quantified Self*, in «Reason», gennaio 2012,

<http://reason.com/archives/2011/12/16/the-quantified-self>.

⁸⁵ Steve Talbott, *Devices of the Soul: Battling for Our Selves in an Age of Machines*, Sebastopol (CA), O'Reilly Media, 2007, p.14.

⁸⁶ G. Beato, *The Quantified Self*, cit.

⁸⁷ M.G. Siegler, *Marissa Mayer's Next Big Thing: «Contextual Discovery» – Google Results without Search*, TechCrunch, 8 dicembre 2010, <http://techcrunch.com/2010/12/08/googles-next-big-thing>.

⁸⁸ Matt McGee, *Google's Schmidt: «Next Great Stage» of Search Is Autonomous, Personal*, Search Engine Land, 7 settembre 2010, <http://searchengineland.com/schmidt-great-stage-search-is-autonomous-personal-50014>.

⁸⁹ Bianca Bosker, *Don't Search, Just Absorb: The Dawn of the Couch Potato Web*, The Huffington Post, 13 maggio 2012, http://www.huffingtonpost.com/bianca-bosker/web-searching_b_1512741.html.

⁹⁰ *Ibid.*

⁹¹ *Ibid.*

⁹² *Ibid.*

⁹³ Martha C. Nussbaum, *Not for Profit: Why Democracy Needs the Humanities*, Princeton (NJ), Princeton University Press, 2012, p. 95 (ed. it. *Non per profitto. Perché le democrazie hanno bisogno della cultura umanistica*, trad. di Rinaldo Falcioni, Bologna, il Mulino, 2011, p. 111).

⁹⁴ *Ivi*, p. 96 (trad. it. cit., p. 111).

⁹⁵ Maria Kaika, *City of Flows: Modernity, Nature, and the City*, Oxford, Psychology Press, 2005, p. 46.

⁹⁶ Veronica Strang, *The Meaning of Water*, London, Berg, 2004, p. 228.

⁹⁷ *Ivi*, p. 230.

⁹⁸ Yolande Strengers, *Negotiating Everyday Life: The Role of Energy and Water Consumption Feedback*, in «Journal of Consumer Culture», 11, 3 (1° novembre 2011), pp. 319-338.

⁹⁹ Elizabeth Shove, *Comfort, Cleanliness and Convenience: The Social Organization of Normality*, London, Berg Publishers, 2004.

¹⁰⁰ Y. Strengers, *Negotiating Everyday Life...*, cit., e Id., *Designing Eco-Feedback Systems for Everyday Life*, in *Proceedings of the 2011 Annual Conference on Human Factors in Computing Systems*, New York, ACM, 2011, pp. 2135-2144.

¹⁰¹ K. Hill, *Taking My Measure*, cit.

¹⁰² *Ibid.*

¹⁰³ Seth Roberts, *Butter and Arithmetic: How Much Butter?*, Seth's Blog, 25 novembre 2011, <http://blog.sethroberts.net/2011/11/25/butter-and-arithmetic-how-much-butter>.

¹⁰⁴ Mathew Cornell, *Quantified Self Boston Meetup #5, the Science of Sleep: Recap*, The Quantified Self, 1° aprile 2011, <http://quantifiedself.com/2011/04/quantified-self-boston-meetup-5-the-science-of-sleep-recap>.

¹⁰⁵ *The Quantified Self: Counting Every Moment*, in «The Economist», 3 marzo 2012, <http://www.economist.com/node/21548493>.

¹⁰⁶ G. Wolf, *The Data-Driven Life*, cit.

¹⁰⁷ Martin Frické, *The Knowledge Pyramid: a Critique of the DIKW Hierarchy*, in «Journal of Information Science», 35, 2 (1° aprile 2009), pp. 131-142.

¹⁰⁸ Peter C. Austin *et al.*, *Testing Multiple Statistical Hypotheses Resulted in Spurious Associations: A Study of Astrological Signs and Health*, in «Journal of Clinical Epidemiology», 59, 9 (settembre 2006), pp. 964-969.

¹⁰⁹ Cfr. *Charting Our Health by the Stars?*, ScienceDaily, 28 febbraio 2007, <http://www.sciencedaily.com/releases/2007/02/070218140157.html>.

¹¹⁰ *Ibid.*

¹¹¹ Cit. in Ethan Zuckerman, *Kevin Kelly on Context for the Quantified Self*, My Heart's in Accra, 29 maggio 2011, <http://www.ethanzuckerman.com/blog/2011/05/29/kevin-kelly-on-context-for-the-quantified-self>.

¹¹² D. Weinberger, *Too Big to Know...*, cit., p. 35 (trad. it. cit., p. 48). Ho discusso le affermazioni di Weinberger su [Hunch.com](http://www.hunch.com) nella mia recensione del suo libro: Evgeny Morozov, *What Lies Beneath*, The Daily, 1° gennaio 2012, <http://www.thedaily.com/page/2012/01/01/010112-opinions-books-weinberger-morozov-1-3>.

¹¹³ *Ivi*, p. 33 (trad. it. cit., p. 46).

¹¹⁴ Philip Kitcher, *Science in a Democratic Society*, Amherst (NY), Prometheus Books, 2011, p. 185.

¹¹⁵ *Ibid.*

¹¹⁶ Robert C. Post, *Democracy, Expertise, and Academic Freedom: A First Amendment Jurisprudence for the Modern State*, New Haven (CT), Yale University Press, 2012, p. XII.

VIII. La condizione superumana

¹ Gordon Bell e Jim Gemmell, *Your Life, Uploaded: The Digital Way to Better Memory, Health, and Productivity*, New York, Plume, 2010, p. 219.

² John Durham Peters, *Speaking into the Air: A History of the Idea of Communication*, Chicago, University of Chicago Press, 2001, p. 9 (ed. it. *Parlare al vento. Storia dell'idea di comunicazione*, trad. di Luciano Petullà, Roma, Meltemi, 2005).

³ Oltre al suo libro (G. Bell e J. Gemmell, *Your Life, Uploaded*, cit.), mi sono basato su una serie di articoli pubblicati su Bell. In particolare, cfr. Alec Wilkinson, *Remember This?*, in «The New Yorker», 28 maggio 2007, http://www.newyorker.com/reporting/2007/05/28/070528fa_fact_wilkinson; Clive Thompson, *A Head for Detail*, in «Fast Company», 1° novembre 2006, <http://www.fastcompany.com/58044/head-detail>; Scott Carlson, *On the Record, All the Time*, in «Chronicle of Higher Education», 53, 23 (9 febbraio 2007), <http://chronicle.com/article/On-The-Record-All-the-Time/10891>.

⁴ Gordon Bell, Microsoft Research, <http://research.microsoft.com/en-us/people/gbell>.

⁵ Cit. in C. Thompson, *A Head for Detail*, cit.

⁶ G. Bell, J. Gemmell, *Your Life, Uploaded*, cit., p. 5.

⁷ *Ivi*, p. 8.

⁸ Gordon Bell e Jim Gemmel, *A Digital Life*, in «Scientific American», 18 febbraio 2007, <http://www.scientificamerican.com/article.cfm?id=a-digital-life>.

⁹ C. Thompson, *A Head for Detail*, cit.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ A. Wilkinson, *Remember This?*, cit.

¹² *Ibid.*

¹³ Cit. in G. Bell e J. Gemmel, *Your Life, Uploaded*, cit., p. 28.

¹⁴ *Ivi*, p. 7.

¹⁵ *Ivi*, p. 8.

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ *Ivi*, p. 3.

¹⁸ *Ivi*, p. 213.

¹⁹ Michael Oakeshott, *Rationalism in Politics and Other Essays* (ed. ampliata), Indianapolis, Liberty Fund, 1991, pp. 39-40.

²⁰ G. Bell e J. Gemmel, *Your Life, Uploaded*, cit., p. 52.

²¹ *Ivi*, p. 167.

²² David Nyberg, *The Varnished Truth*, Chicago, University of Chicago Press, 1995, p. 219.

²³ Jean-François Blanchette, «The Noise in the Archive: Oblivion in the Age of Total Recall», in S. Gutwirth *et al.* (a cura di), *Computers, Privacy and Data Protection: An Element of Choice*, Netherlands, Springer, 2011, pp. 25-38.

²⁴ G. Bell e J. Gemmel, *Your Life, Uploaded*, cit.

²⁵ Ibid.

²⁶ Ibid.

²⁷ Ibid.

²⁸ Ibid.

²⁹ Michael Walzer, *Thick and Thin: Moral Argument at Home and Abroad*, Notre Dame (IN), University of Notre Dame Press, 1994, p. 38 (ed. it. *Geografia della morale. Democrazia, tradizioni e universalismo*, trad. di Nadia Urbinati, Bari, Dedalo, 1999, pp. 47-48).

³⁰ K. Kelly, *What Technology Wants*, cit., p. 299 (trad. it. cit., p. 308).

³¹ Marcel Proust, *Time Regflined*, vol. 6 di *In Search of Lost Time*, a cura di D.J. Enright and Joanna Kilmartin, trad. di Andreas Mayor e Terence Kilmartin, New York, Modero Library, 1999, p. 289 (ed. or. *Le Temps retrouvé*, Paris, 1927; ed. it. *Il tempo ritrovato*, trad. di Maria Teresa Nessi Somaini, Milano, Rizzoli, 2010, ed. digitale).

³² Ivi, p. 290 (trad. it. cit.).

³³ Svetlana Boym, *The Future of Nostalgia*, New York, Basic Books, 2002, p. XVII.

³⁴ G. Bell, J. Gimmel, *Your Life, Uploaded*, cit., p. 8.

³⁵ Tzvetan Todorov, *The Abuses of Memory*, in «Common Knowledge», 5, 1996, pp. 6-26.

³⁶ Marc Augé, *Oblivion*, University of Minnesota Press, Minneapolis, 2004, p. 20 (ed. or. *Les formes de l'oubli*, Paris, Payot & Rivages, 1998; ed. it. *Le forme dell'oblio*, Milano, il Saggiatore, 2000).

³⁷ Björn Krondorfer, *Is Forgetting Reprehensible? Holocaust Remembrance and the Task of Oblivion*, in «Journal of Religious Ethics», 36, 2 (2008), pp. 233-267.

³⁸ Miroslav Volf, *The End of Memory: Remembering Rightly in a Violent World*, Grand Rapids (MI), William B. Eerdmans Publishing Company, 2006, p. 33.

³⁹ Viktor Mayer-Schönberger, *Delete: The Virtue of Forgetting in the Digital Age*, Princeton (NJ), Princeton University Press, 2011 (ed. it. *Delete. Il diritto all'oblio nell'era digitale*, trad. di Paola Conversano, Milano, Egea, 2010).

⁴⁰ Avishai Margalit, *The Ethics of Memory*, Harvard University Press, Cambridge (MA), 2004, p. 189 (ed. it. *L'etica della memoria*, trad. di Valeria Ottonelli, Bologna, il Mulino, 2006).

⁴¹ Jon Russell, *The Eye Tribe Raises \$800,000 to Let You Control Your Phone with Your Eyes*, The Next Web, 16 agosto 2012, <http://thenextweb.com/eu/2012/08/16/the-eye-tribe-raises-800000-let-control-phone-eyes>.

⁴² John Villasenor, *Eye-Tracking Computers Will Read Your Thoughts*, in «Slate», 27 marzo 2012, http://www.slate.com/articles/technology/future_tense/2012/03/eye_tracking_computer_programs_and_priv

⁴³ Clay A. Johnson, *The Information Diet: A Case for Conscious Consumption*, Sebastopol (CA), O'Reilly Media, 2012, p. 6.

⁴⁴ Ibid.

⁴⁵ Greg Critser, *Fat Land: How Americans Became the Fattest People in the World*, New York, Mariner Books, 2004, p. 111 (ed. it. *Fat land, il paese dei ciccioni. Perché gli americani sono diventati il popolo più grasso del mondo e come evitare di fare la stessa fine*, trad. di Angelo Leghi, Milano, Orme, 2005).

⁴⁶ C. Johnson, *The Information Diet*, cit., p. 24.

⁴⁷ Walter Lippmann, *The Phantom Public* (rist.), Piscataway (NJ), Transaction Publishers, p. 15 (ed.

or. 1925).

⁴⁸ Questo punto è ottimamente argomentato in Noortje Marres, *Material Participation: Technology, the Environment and Everyday Publics*, New York, Palgrave Macmillan, 2012.

⁴⁹ W. Lippman, *The Phantom Public*, cit., p. 199.

⁵⁰ Michael Schudson, *The Good Citizen: A History of American Civic Life*, Cambridge (MA), Harvard University Press, 1999, pp. 309-310 (ed. it. *Il buon cittadino. Una storia di vita civica americana*, trad. di Michele De Vitis, Soveria Mannelli (cz), Rubbettino, 2010).

⁵¹ *Ivi*, p. 311.

⁵² *Ivi*, p. 310.

⁵³ Eli Pariser, *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, ed. Kindle, New York, Penguin Press, 2011, p. 235 (ed. it. *Il filtro. Quello che Internet ci nasconde*, trad. di Bruna Tortorella, Milano, il Saggiatore, 2012).

⁵⁴ *Ivi*, 233.

⁵⁵ Ethan Zuckerman, *A Small World After All?*, in «Wilson Quarterly», primavera 2012, <http://www.wilsonquarterly.com/article.cfm?AID=2153>.

⁵⁶ *Ibid.*

⁵⁷ *Ibid.*

⁵⁸ *Ibid.*

⁵⁹ Cfr. le considerazioni di Eric Schmidt al Princeton Colloquium on Public and International Affairs, *Prosperity or Peril? The Next Phase of Globalization*, tenuto alla Woodrow Wilson School of Public and International Affairs il 18 aprile 2009. Video disponibile all'indirizzo http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=9nXmDxf7D_g.

⁶⁰ *Ibid.*

⁶¹ Cfr. la già citata intervista rilasciata a Sarah Lacy al convegno SXSW 2008. Il video è disponibile all'indirizzo http://allfacebook.com/mark-zuckerberg-sarah-lacy-interview-video_b1063.

⁶² La citazione è tratta da <https://www.facebook.com/peace>.

⁶³ Ethan Bronner, *Mideast Facebook Page Links Israelis to Palestinians*, in «New York Times», 9 luglio 2011, <http://www.nytimes.com/2011/07/10/world/middleeast/10mideast.html>.

⁶⁴ J.D. Peters, *Speaking into the Air...*, cit.

⁶⁵ Cit. in Jo Guldi, *Roads to Power: Britain Invents the Infrastructure State*, Cambridge (MA), Harvard University Press, 2012, p. 2.

⁶⁶ Cit. in Michael Freeman, *Railways and the Victorian Imagination*, New Haven (CT), Yale University Press, 1999, p. 59.

⁶⁷ Armand Mattelart, *Networking the World, 1794-2000*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2000, p. 20.

⁶⁸ J.D. Peters, *Speaking into the Air...*, cit., p. 105.

⁶⁹ Michele Hilmes, *Radio Voices: American Broadcasting, 1922-1952*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1997, p. 13.

⁷⁰ Cit. in A. Mattelart, *Networking the World...*, cit., p. 19.

⁷¹ J.D. Peters, *Speaking into the Air...*, cit., p. 30.

⁷² Nathan Olivarez-Giles, *Google News Badges Track What You Read, Are Sharable and Social*, in

«Los Angeles Times», blog Tech Now, 15 luglio 2011, <http://latimesblogs.latimes.com/technology/2011/07/google-launches-sharable-news-badges-for-google-news-readers.html>.

⁷³ Natasha Mohanty, *Shareable Google News Badges for Your Favorite Topics*, Google News, 14 luglio 2011, <http://googlenewsblog.blogspot.com/2011/07/shareable-google-news-badges-for-your.html>.

⁷⁴ Ibid.

⁷⁵ Cfr. <http://www.chorewars.com>.

⁷⁶ Rewards for Yourself and the Planet, Recyclebank, <https://www.recyclebank.com/join/earnpoints>.

⁷⁷ Charlotte McEleny, *Two-Thirds of Marketers Do Not Understand the Term «Gamification»*, NewMediaAge, 10 ottobre 2011, <http://www.nma.co.uk/news/two-thirds-of-marketers-do-not-understand-the-term-%E2%80%98gamification%E2%80%99/3030830.article>.

⁷⁸ Gartner Says By 2015, More Than 50 Percent of Organizations That Manage Innovation Processes Will Gamify Those Processes, comunicato stampa, Gartner, 12 aprile 2011, <http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=1629214>.

⁷⁹ Jemima Kiss, *SXSW 2011: SCVNGR's Seth Priebe on How Gaming Will Change the World*, in «The Guardian», 14 marzo 2011, <http://www.guardian.co.uk/technology/pda/2011/mar/14/sxsw-2011-scvngr-seth-priebe>.

⁸⁰ Ian Bogost, *Persuasive Games: Exploitationware*, Gamasutra, 3 maggio 2011, http://www.gamasutra.com/view/feature/134735/persuasive_games_exploitationware.php?print=1.

⁸¹ Alan I. Chorney, *Taking the Game out of Gamification*, in «Dalhousie Journal of Interdisciplinary Management», 8, 1 (2012), <http://ojs.library.dal.ca/djim/article/view/2012vol8Chorney>.

⁸² Jason Tanz, *The Curse of Cow Clicker: How a Cheeky Satire Became a Videogame Hit*, in «Wired», 20 dicembre 2011, http://www.wired.com/magazine/2011/12/ff_cowclicker.

⁸³ Ibid.

⁸⁴ Cit. in Rob Cox, *The Ruthless Overlords of Silicon Valley*, in «Newsweek», 12 marzo 2012, <http://www.thedailybeast.com/newsweek/2012/03/11/the-robber-barons-of-silicon-valley.html>.

⁸⁵ Slavoj Žižek, *First as Tragedy, Then as Farce*, New York, Verso, 2009, p. 54 (ed. it. *Dalla tragedia alla farsa. Ideologia della crisi e superamento del capitalismo*, trad. di Cinzia Arruzza, Milano, Ponte alle Grazie, 2010).

⁸⁶ Brian Morrissey, *Zynga, 7-Eleven Link Virtual, Real Goods*, in «AdWeek», 24 maggio 2010, <http://www.adweek.com/news/advertising-branding/zynga-7-eleven-link-virtual-real-goods-107403>.

⁸⁷ Cit. in Heather Chaplin, *I Don't Want to Be a Superhero*, Slate, 29 marzo 2011, http://www.slate.com/articles/technology/gaming/2011/03/i_dont_want_to_be_a_superhero.single.html.

⁸⁸ Cfr. la recensione a questo studio scritta da Randall Stross, «Active» Video Games Don't Make Youths More Active, in «New York Times», 23 giugno 2012, <http://www.nytimes.com/2012/06/24/business/active-video-games-dont-make-youths-more-active.html?gwh=46C64CFF68C25F75639A71242B10117F>.

⁸⁹ *This VC Thinks Health Tracking Is About to Take Off – Like PCs in the 1970s*, in «Business Insider», 7 febbraio 2012, http://articles.businessinsider.com/2012-02-07/tech/31032948_1_credit-scores-healthcare-data.

⁹⁰ Cfr. Joseph Dumit, *Drugs for Life*, Durham (NC), Duke University Press, 2012, e Jeremy Greene, *Prescribing by Numbers: Drugs and the Definition of Disease*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press, 2008.

⁹¹ Cfr. *This VC Thinks Health Tracking...*, cit.

⁹² Cit. in Chris O'Brien, *Get Ready for the Decade of Gamification*, in «San Jose Mercury News», 24 ottobre 2010, <http://chris-obrien.com/clips/Gamification.pdf>.

⁹³ Kristen Purcell et al., *Understanding the Participatory News Consumer*, Pew Internet, 1° marzo 2010, <http://www.pewinternet.org/Reports/2010/Online-News.aspx>.

⁹⁴ Elizabeth Theiss-Morse, John R. Hibbing, *Citizenship and Civic Engagement*, in «Annual Review of Political Science», 8, 1 (2005), pp. 227-249.

⁹⁵ Richard H. Thaler, *Making Good Citizenship Fun*, in «New York Times», 13 febbraio 2012, http://www.nytimes.com/2012/02/14/opinion/making-good-citizenship-fun.html?_r=0.

⁹⁶ Cit. in A. Chorney, *Taking the Game out of Gamification*, cit., p. 8.

⁹⁷ R.H. Thaler, *Making Good Citizenship Fun*, cit.

⁹⁸ Civic, Oxford Dictionaries, <http://oxforddictionaries.com/definition/english/civic>.

⁹⁹ Per alcune recensioni sulla letteratura della motivazione in psicologia ed economia, cfr. Roland Bénabou e Jean Tirole, *Intrinsic and Extrinsic Motivation*, in «Review of Economic Studies», 70, 3 (1° luglio 2003), pp. 489-520; e Richard M. Ryan, Edward L. Deci, *Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions*, in «Contemporary Educational Psychology», 25, 1 (gennaio 2000), pp. 54-67.

¹⁰⁰ Se ne discute in Gabe Zichermann e Christopher Cunningham, *Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps*, Sebastopol (CA), O'Reilly Media, 2011, p. 16.

¹⁰¹ I casi illustrati di seguito sono discussi in Ruth W. Grant, *Strings Attached: Untangling the Ethics of Incentives*, Princeton University Press, Princeton (NJ), 2011; Michael J. Sandel, *What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets*, Farrar, Straus and Giroux, New York, 2012 (ed. it. *Quello che i soldi non possono comprare*, trad. di Corrado Del Bò, Milano, Feltrinelli, 2013); B.S. Frey, R. Jegen, *Motivation Crowding Theory*, in «Journal of Economic Surveys», 15, 5 (2001); B.S. Frey, *Morality and Rationality in Environmental Policy*, in «Journal of Consumer Policy», 22 (1999), pp. 395-417.

¹⁰² Barry Schwartz, *Crowding out Morality: How the Ideology of Self-Interest Can Be Self-Fulfilling*, in *Ideology, Psychology, and Law*, a cura di Jon Hanson e John Jost, Oxford, Oxford University Press, 2012, p. 160.

¹⁰³ Ivi, p. 167.

¹⁰⁴ Ivi, 181. L'idea degli esseri umani come «animali incompiuti» è tratta da Clifford Geertz.

¹⁰⁵ R. Grant, *Strings Attached*, cit., p. 118.

¹⁰⁶ Ivi, p. 8.

¹⁰⁷ G. Zichermann e C. Cunningham, *Gamification by Design...*, cit.

¹⁰⁸ Ivi, p. IX.

¹⁰⁹ Ivi, p. 16.

¹¹⁰ Ivi, p. XIII.

¹¹¹ Jane McGonigal, *Reality Is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World*, ed. Kindle, New York, Penguin, 2011 (ed. it. *La realtà in gioco: perché i giochi ci rendono migliori e come possono cambiare il mondo*, trad. di Virginio Sala, Milano, Apogeo, 2011).

¹¹² Ivi, posizione Kindle 332-334.

- ¹¹³ Steven Poole, *Opinion: Devastating Humanism*, in «EDGE», 12 marzo 2012, <http://www.edge-online.com/features/opinion-devastating-humanism>.
- ¹¹⁴ J. McGonigal, *Reality Is Broken*, cit., posizione Kindle 121-123.
- ¹¹⁵ Ivi, posizione Kindle 146-147.
- ¹¹⁶ Ivi, posizione Kindle 199-201.
- ¹¹⁷ Ivi, posizione Kindle 237-238.
- ¹¹⁸ Ivi, posizione Kindle 400-401.
- ¹¹⁹ Ivi, posizione Kindle 951-952.
- ¹²⁰ Ivi, posizione Kindle 5777-5778.
- ¹²¹ Ivi, posizione Kindle 3893-3894.
- ¹²² M.J. Sandel, *What Money Can't Buy...*, cit., p. 61.
- ¹²³ Ivi, p. 10.
- ¹²⁴ Jemima Kiss, *Chromaroma: The Makeover London Commuting Has Been Waiting For*, in «The Guardian», 30 novembre 2010, <http://www.guardian.co.uk/media/pda/2010/nov/30/chromaroma-oyster-transport-gaming>.
- ¹²⁵ Steven Poole, *Nil Point*, in «Edge Magazine», 25 marzo 2011, <http://www.edge-online.com/features/nil-point>.
- ¹²⁶ Mark Nelson, *Soviet and American Precursors to the Gamification of Work*, Proceedings of the 16th International Academic MindTrek Conference, pp. 23-26. Disponibile sul sito SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2115483>.
- ¹²⁷ Ian Bogost, *Shit Crayons*, blog personale di Ian Bogost, s.d., http://www.bogost.com/writing/shit_crayons.shtml.
- ¹²⁸ Gary Wolf, *The Data-Driven Life*, cit., <http://www.nytimes.com/2010/05/02/magazine/02self-measurement-t.html>.
- ¹²⁹ Ibid.
- ¹³⁰ Cit. in Julianne Pepitone, *Facebook Is Now Too Big to Buy*, CNNMoney, 8 novembre 2011, http://money.cnn.com/2011/11/08/technology/zuckerberg_charlie_rose/index.htm.
- ¹³¹ Cit. in Holman Jenkins, *Technology = Salvation*, in «Wall Street Journal», 9 ottobre 2010, <http://online.wsj.com/article/SB10001424052748704696304575537882643165738.html>.
- ¹³² *United States: Sharing to the Power of 2012*, in «The Economist», 17 novembre 2011, <http://www.economist.com/node/21537000>.
- ¹³³ Ibid.
- ¹³⁴ Lionel Trilling, *Sincerity and Authenticity*, Cambridge (MA), Harvard University Press, 1972 (ed. it. *Sincerità e autenticità*, trad. di Andrea Tagliapietra, Milano, Sansoni, 2004).
- ¹³⁵ Lionel Trilling et al., *Sincerity and Authenticity: A Symposium*, in «Salmagundi», 41 (1978), pp. 87-110.
- ¹³⁶ Ivi, p. 98.
- ¹³⁷ Ivi, p. 96.
- ¹³⁸ Theodor W. Adorno, *The Jargon of Authenticity*, Oxford, Psychology Press, 2006, p. 102 (ed. or. *Jargon der Eigentlichkeit. Zur deutschen Ideologie*, Frankfurt am Main, Suhrkamp Verlag, 1964; ed. it. *Il gergo dell'autenticità*, trad. di Pietro Lauro, Torino, Bollati Boringhieri, 1989, p. 87).

¹³⁹ Charles Guignon, *On Being Authentic*, Oxford, Psychology Press, 2004, p. 81.

¹⁴⁰ Abigail Cheever, *Real Phonies: Cultures of Authenticity in Post-World War II America*, University of Georgia Press, Athens, 2010.

IX. Gadget intelligenti, umani stupidi

¹ Bruno Latour, *Morality and Technology: The End of the Means*, in «Theory, Culture & Society», 19, 5-6 (1° dicembre 2002), pp. 247-260.

² *City Expands Parking Meter Sensors*, 8 maggio 2012, http://www.smgov.net/Main/News_Tab/City_Expands_Parking_Meter_Sensors.aspx; si veda anche Nate Berg, *Did Parking Meters Just Get Too Smart?*, 15 maggio 2012, <http://www.theatlanticcities.com/commute/2012/05/did-parking-meters-just-get-too-smart/2007>.

³ Donald C. Shoup, *The High Cost of Free Parking*, American Planning Association [Planners Press], Chicago, 2005.

⁴ A.O. Hirschman, *The Rhetoric of Reaction...*, cit.

⁵ Cit. in Philip Brey, Adam Briggie, Edward Spence, *The Good Life in a Technological Age*, London, Routledge, 2012, p. 330.

⁶ Neil Postman, *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*, Vintage, New York, 1993, p. 91 (ed. it. *Technopoly. La resa della cultura alla tecnologia*, trad. di Maddalena Lombardi, Torino, Bollati Boringhieri, 1993, p. 70).

⁷ Oscar Wilde, *Collected Works of Oscar Wilde*, Wordsworth Editions, Hertfordshire (UK), 2007, p. 1051 (ed. it. *Tutte le opere*, a cura di Masolino d'Amico, Newton Compton, Milano, 2010).

⁸ Chris Otter, *Making Liberal Objects*, in «Cultural Studies», 21, 4-5 (2007), pp. 570-590; e Id., *The Victorian Eye: A Political History of Light and Vision in Britain, 1800-1910*, Chicago, University of Chicago Press, 2008.

⁹ Anders Ernevi, Samuel Palm, Johan Redström, *Erratic Appliances and Energy Awareness*, in «Knowledge, Technology & Policy», 20, 1 (2007), pp. 71-78; Johan Redström, «Persuasive Design: Fringes and Foundations», in *Persuasive Technology*, a cura di Wijnand I. Jsselsteijn *et al.*, Lecture Notes in Computer Science 3962, Heidelberg, Springer Berlin, 2006, pp. 112-122, <http://www.springerlink.com/content/m38028676v3w3214/abstract>; Ramia Mazé, Johan Redström, *Difficult Forms: Critical Practices of Design and Research*, testo della conferenza disponibile all'indirizzo http://eprints.sics.se/2607/1/0...es_in_design_and_research.pdf.

¹⁰ A. Ernevi, S. Palm, J. Redström, *Erratic Appliances and Energy Awareness*, cit., p. 74.

¹¹ Ivi, p. 78.

¹² R. Mazé e J. Redström, *Difficult Forms...*, cit., p. 5.

¹³ M. Laschke, M. Hassenzahl, S. Diefenbach, *Things with Attitude: Transformational Products*, Create11 Symposium, giugno 2011, <http://www.create-conference.org/storage/create11papersposters/Things%20with%20attitude.pdf>.

¹⁴ *Guide for iCloud-iOS 6 Edition*, itunes.apple.com, <https://itunes.apple.com/ag/app/guide-for-icloud/id473525028?mt=8>.

¹⁵ M. Laschke, M. Hassenzahl, S. Diefenbach, *Things with Attitude...*, cit., p. 2.

¹⁶ Carl DiSalvo, *Adversarial Design*, ed. Kindle, Cambridge (MA), MIT Press, 2012.

¹⁷ Ivi, posizione Kindle 2449-2452.

¹⁸ Cfr. <http://www.swamp.nu/projects/spore-1-1>; Douglas Easterly e Matt Kenyon, *Spore 1.1*, in «ACM SIGGRAPH 2005 Emerging Technologies», SIGGRAPH '05, New York, ACM, 2005,

<http://doi.acm.org/10.1145/1187297.1187316>.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Cfr. <http://www.haque.co.uk/naturalfuse.php>.

²¹ C. DiSalvo, *Adversarial Design*, cit., posizione Kindle 1997-1998.

²² Ivi, posizione Kindle 2018-2019.

²³ Cfr. il capitolo 2 di Anthony Giddens, *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*, Berkeley, University of California Press, 1986 (ed. it. *La costituzione della società: lineamenti di teoria della strutturazione*, trad. di Gianni Rigamonti, Einaudi, Torino, 1990).

²⁴ Ian Bogost, *Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames*, Cambridge (MA), MIT Press, 2007.

²⁵ Ian Bogost, *Persuasive Games: Shell Games*, Gamasutra, 3 marzo 2010, http://www.gamasutra.com/view/feature/132682/persuasive_games_shell_games.php.

²⁶ Cfr. <https://www.zamzee.com>.

²⁷ Madison Park, *Gaming Reality*, [CNN.com](http://www.cnn.com), agosto 2012, <http://www.cnn.com/interactive/2012/08/tech/gaming.series/obesity.html>.

²⁸ Cfr. <http://www.persuasivegames.com/games/game.aspx?game=fatworld> e <http://fatworld.org>.

²⁹ Cfr. la descrizione del gioco sul sito <http://fatworld.org/game.php>.

³⁰ Bruno Latour, «“It’s the Development, Stupid!” or How to Modernize Modernization?», in *Postenvironmentalism*, a cura di J. Proctor, Cambridge (MA), MIT Press, 2008.

³¹ Roy F. Baumeister e John Tierney, *Willpower: Rediscovering the Greatest Human Strength*, ed. Kindle, New York, Penguin, 2011, posizione Kindle 1448-1449.

³² Ivi, posizione Kindle 362-363.

³³ Peter Singer, *Altruism and Commerce: A Defense of Titmuss against Arrow*, in «Philosophy & Public Affairs», 2, 3 (1° aprile 1973), pp. 312-320.

³⁴ M.J. Sandel, *What Money Can’t Buy...*, cit., p. 130.

³⁵ Sulla distinzione in Illich tra «bisogni» e «requisiti», cfr. D. Cayley, *Ivan Illich in Conversation*, cit., p. 166.

³⁶ R.F. Baumeister e J. Tierney, *Willpower*, cit., posizione Kindle 1616-1618.

³⁷ Ivi, posizione Kindle 1718-1720.

³⁸ Kelly McGonigal, *The Willpower Instinct: How Self-Control Works, Why It Matters, and What You Can Do to Get More of It*, ed. Kindle, New York, Avery, 2011.

³⁹ Ivi, posizione Kindle 1207-1208.

⁴⁰ Ivi, posizione Kindle 1326-1328.

⁴¹ Ivi, posizione Kindle 1321.

⁴² Michael Sandel, *Response: Keeping Markets in Their Place*, in «Boston Review», maggio-giugno 2012, http://www.bostonreview.net/BR37.3/ndf_michael_j_sandel_replies_markets_morals.php.

⁴³ I. Bogost, *Persuasive Games*, cit., p. 25.

⁴⁴ Ivi, posizione Kindle 6119-6120.

⁴⁵ Julie E. Cohen, *Configuring the Networked Self: Law, Code, and the Play of Everyday Practice*, New Haven (CT), Yale University Press, 2012, p. 258.

⁴⁶ Ivi, p. 258.

⁴⁷ Ivi, p. 262.

⁴⁸ B. Williams, *Truth and Truthfulness...*, cit.

⁴⁹ Peter Galison e Martha Minow, *Our Privacy, Ourselves in the Age of Technological Intrusions*, in *Human Rights in the War on Terror*, Cambridge, Cambridge University Press, 2005, p. 259.

⁵⁰ Ivi, p. 286.

⁵¹ Paul Ricoeur, *Oneself as Another*, University of Chicago Press, Chicago, 1995 (ed. it. *Sé come un altro*, a cura di D. Iannotta, Milano, Jaca Book, 1993).

⁵² Mireille Hildebrandt e Bert-Jaap Koops, *The Challenges of Ambient Law and Legal Protection in the Profiling Era*, in «Modern Law Review», 73, 3 (2010), pp. 428-460.

⁵³ FetchBackSite, FetchBack, <http://fetchback.com/products/site-retargeting>.

⁵⁴ Peter Fleischer, *Foggy Thinking about the Right to Oblivion*, 9 marzo 2011, <http://peterfleischer.blogspot.com/2011/03/foggy-thinking-about-right-to-oblivion.html>.

⁵⁵ Cfr. <http://lastgreatthing.com>.

⁵⁶ Ken Alder, *Engineering the Revolution*, Princeton (NJ), Princeton University Press, 1999, p. 15.

⁵⁷ B. Crick, *In Defence of Politics*, cit., p. 1 (trad. it. cit., p. 11).

Poscritto

¹ Jonathan Sterne, *MP3: The Meaning of a Format*, Durham (NC), Duke University Press Books, 2012.

² Su Albert Kahn, cfr. Paula Amad, *Counter-Archive: Film, the Everyday, and Albert Kahn's Archives de la Planète*, New York, Columbia University Press, 2010; David Okuefuna, *The Dawn of the Color Photograph: Albert Kahn's Archives of the Planet*, Princeton (NJ), Princeton University Press, 2008.

³ Sul Mundaneum, cfr. Alistair Black, Dave Muddiman, Helen Plant, *The Early Information Society*, London, Ashgate, 2007; W. Boyd Rayward, *European Modernism and the Information Society: Informing the Present, Understanding the Past*, London, Ashgate, 2008; Isabelle Rieusset-Lemarié, *P. Otlet's Mundaneum and the International Perspective in the History of Documentation and Information Science*, in «Journal of the American Society for Information Science», 48, 4 (1997), pp. 301-309.

Ringraziamenti

Ho cominciato a lavorare a questo libro quando ero *visiting scholar* alla Stanford University. Senza Joshua Cohen, Larry Diamond, Terry Winograd e il loro corso di Tecnologia della liberazione, il mio soggiorno a Stanford – perlopiù trascorso nella Bender Room della Green Library – non sarebbe stato possibile. Ho anche avuto la fortuna di avere, contemporaneamente, una borsa di studio presso la New America Foundation; ringrazio sentitamente Andrés Martinez, che gestisce questo programma, per non aver preteso troppo da me, dato che mi trovavo su una costa differente.

Ho trovato molti dei testi citati in questo libro grazie al lavoro di consulente alla ricerca che ho svolto per le Open Society Foundations (OSF); voglio ringraziare Darius Cuplinskas per aver reso possibile questa mia esperienza. Altre due persone all’OSF – Lenny Benardo e Laura Silber – non hanno mai fatto mancare i loro preziosi consigli, e perciò sarò loro per sempre grato.

Vorrei ringraziare anche Alex Carp, Louise Loftus, Leafan Rosen e Zach Wehrwein per l’aiuto che mi hanno dato nella ricerca. Come al solito, è stato un piacere lavorare con il mio agente, Max Brockman. I suggerimenti editoriali di Clive Priddle hanno reso questo libro molto più leggibile. Le parti che non paiono leggibili (o vere!) sono, ovviamente, attribuibili soltanto a me. Questo libro è stato scritto in gran parte nella casa di villeggiatura dei miei genitori nei boschi della Bielorussia. Naturalmente, è a loro che dedico quest’opera.

Barcellona, 5 dicembre 2012



Arnoldo Mondadori Editore S.p.A.

Questo volume è stato stampato
presso ELCOGRAF S.p.A.
Stabilimento - Cles (TN)

Stampato in Italia - Printed in Italy

Questo ebook contiene materiale protetto da copyright e non può essere copiato, riprodotto, trasferito, distribuito, noleggiato, licenziato o trasmesso in pubblico, o utilizzato in alcun altro modo ad eccezione di quanto è stato specificamente autorizzato dall'editore, ai termini e alle condizioni alle quali è stato acquistato o da quanto esplicitamente previsto dalla legge applicabile. Qualsiasi distribuzione o fruizione non autorizzata di questo testo così come l'alterazione delle informazioni elettroniche sul regime dei diritti costituisce una violazione dei diritti dell'editore e dell'autore e sarà sanzionata civilmente e penalmente secondo quanto previsto dalla Legge 633/1941 e successive modifiche.

Questo ebook non potrà in alcun modo essere oggetto di scambio, commercio, prestito, rivendita, acquisto rateale o altrimenti diffuso senza il preventivo consenso scritto dell'editore. In caso di consenso, tale ebook non potrà avere alcuna forma diversa da quella in cui l'opera è stata pubblicata e le condizioni incluse alla presente dovranno essere imposte anche al fruitore successivo.

www.librimondadori.it

Internet non salverà il mondo

di Evgeny Morozov

Copyright © 2013 by Evgeny Morozov. All rights reserved

© 2014 Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., Milano

Titolo dell'opera originale *To Save Everything, Click Here*

Ebook ISBN 9788852049941

COPERTINA || ART DIRECTOR:
GIACOMO CALLO | GRAPHIC
DESIGNER: PINO SARTORIO |
ILLUSTRAZIONE DI PINO
SARTORIO

Indice

- ❶ [Il libro](#)
- ❷ [L'autore](#)
- ❸ [Internet non salverà il mondo](#)
- ❹ [Introduzione](#)
- ❺ [I. Il soluzionismo e i suoi inconvenienti](#)
 - ❶ [La volontà di migliorare \(praticamente tutto!\)](#)
 - ❷ [Kuoki e cuochi](#)
 - ❸ [Pasteur e Zynga](#)
- ❻ [II. L'assurdità di «Internet», e come mettervi fine](#)
 - ❶ [Contro la natura di Internet](#)
 - ❷ [Il falso pedagogismo di «Internet»](#)
 - ❸ [Se i teorici di Internet fossero dei buttafuori](#)
 - ❹ [Di epoche ed epocalismi](#)
 - ❺ [Con modelli come questo...](#)
 - ❻ [La bolla e le sue conseguenze](#)
 - ❼ [Gutenberg nel regno di Geekistan](#)
 - ❽ [Dai cattivi libri di storia ai cattivi blog di storia](#)
 - ❾ [Riciclare il ciclo](#)
- ❼ [III. Tanto aperta da far male](#)
 - ❶ [Male per i database, bene per la democrazia?](#)
 - ❷ [Fuga dal doppio click](#)
 - ❸ [Dalle scottature all'energia solare](#)
 - ❹ [Quando la trasparenza fa danni](#)
 - ❺ [I pericoli del riduzionismo informativo](#)
 - ❻ [L'apertura e i suoi messia](#)
 - ❼ [Chi ha aggiunto «aperto» in «governo aperto»?](#)
- ❽ [IV. Come distruggere la politica cercando di aggiustarla](#)
 - ❶ [Il futuro perfetto, che la democrazia non è](#)
 - ❷ [Vai sull'iTunes della politica e scarica la tua previdenza sociale](#)
 - ❸ [Imparare ad amare le imperfezioni](#)
 - ❹ [Confidiamo nella verità?](#)
 - ❺ [Reti, leader, gerarchie](#)
 - ❻ [Tecnoescapisti contro tecnorazionalisti](#)
 - ❼ [I tecnocrati e i loro limiti](#)

● V. I rischi del controllo algoritmico

- ◊ Annegare nel mare algoritmico
- ◊ Con l'industria dei memi farete fortuna
- ◊ Sopravvivere a Big Data
- ◊ «Abbasso i controllori!»... dicono i controllori
- ◊ L'avvento dei critici acritici

● VI. Meno delitti, più castighi

- ◊ Sei in arresto, grazie a Facebook
- ◊ Perché dovrete prendere il metrò a Berlino
- ◊ Autotopia a repentaglio
- ◊ Indebolire la cittadinanza morale?
- ◊ I rischi della prevenzione
- ◊ Buttafuori contro atmosfera
- ◊ Contro il disfattismo tecnologico
- ◊ Su norme e rumori

● VII. L'iPhone di Galton

- ◊ Vedere come un sé
- ◊ La ryanairizzazione della privacy
- ◊ Il grande sfaldamento
- ◊ Tra Nietzsche e Condorcet
- ◊ Dal nutrizionismo all'educazionismo
- ◊ L'imperialismo dei numeri
- ◊ Quando i fatti sono costituiti di acqua
- ◊ Impressioni e bacini fratturati

● VIII. La condizione superumana

- ◊ Madeleine: c'è un'app fatta apposta!
- ◊ Gli aspetti nutrizionali di Jerry Springer
- ◊ Fantasmi e sacchi a pelo
- ◊ Cosmopolitismi falsi e immaginari
- ◊ Gamificazione o morte
- ◊ B.F. Skinner fra gli animali incompiuti
- ◊ Scimmie, sesso e costrizioni prevedibili
- ◊ Non ripiegatela a domicilio
- ◊ «Mad Men», jeans sbiaditi e veri farlocchi

● X. Gadget intelligenti, umani stupidi

- ◊ Treni vittoriani e baite nel Montana
- ◊ Radio, bruchi e lampade
- ◊ Il Natural Fuse e i suoi avversari
- ◊ Le fattorie dei contenuti possono essere biologiche?

[¶ pericoli della forza di volontà](#)

[¶ Sulle trappole senza attrito](#)

[¶ Tecnologie e verità](#)

● [Poscritto](#)

● [Note](#)

● [Ringraziamenti](#)

● [Copyright](#)