



Evgeny Morozov

Nel «bagno connesso», lo spazzolino da denti interattivo lanciato quest'anno dalla società Oral-B (filiale del gruppo Procter&Gamble) è una star: interagisce - senza fili - con il nostro cellulare mentre, sullo schermo, un'applicazione segue secondo per secondo le fasi della pulizia dei denti e indica gli angoli della cavità orale che meriterebbero maggiore attenzione. Abbiamo strofinato con sufficiente vigore, passato il filo interdentale, raschiato la lingua, risciacquato il tutto?

Ma c'è di meglio. Come spiega con fierezza il sito che gli è dedicato, lo spazzolino connesso «trasforma il gesto di spazzolare i denti in un insieme di dati che si possono rendere in forma di grafico o comunicare ai professionisti del settore». Che sarà di questi dati, è ancora oggetto di dibattito: ne manterremo l'uso esclusivo? O saranno catturati dai dentisti professionisti e perfino venduti a compagnie di assicurazione? Si aggungeranno alla montagna di informazioni già disponibili nel granato di Facebook e Google?

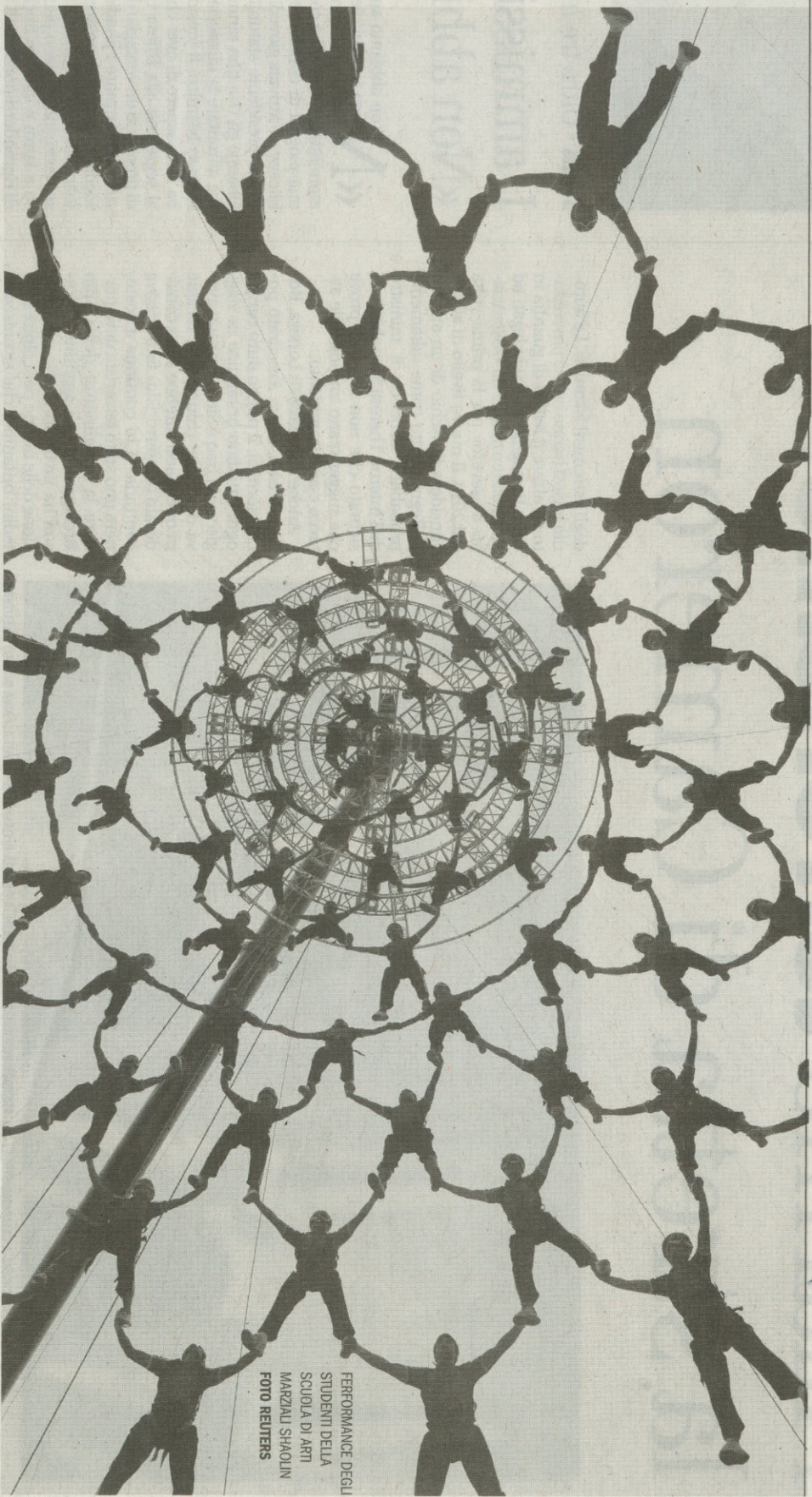
L'improvvisa presa di coscienza che i dati personali registrati dal più banale degli elettrodomestici - dallo spazzolino elettrico al frigorifero - potrebbero trasformarsi in oro ha sollevato critiche alla logica portata avanti dai mastodonti della Silicon Valley.

Una vita ridotta a gadget

Queste imprese raccolgono su grande scala le tracce lasciate dagli internauti sui siti che frequentano, le sistemano e le rivendono a inserzionisti o ad altre società. Così guadagnano miliardi di dollari, mentre i fruitori - noi - ottengono solamente alcuni servizi gratuiti. Da questa constatazione nasce una critica bizarra, dai connotati populistici: contestiamo questi monopoli, si sostiene, e sostituiamoli con una moltitudine di piccoli imprenditori. Ognuno di noi, insomma, potrebbe costituire il proprio portafoglio di dati e trarre vantaggi dalla sua commercializzazione, vendendo ad esempio i dati sulla spazialtura dei denti a un produttore di dentifrici e il proprio genoma a un laboratorio farmaceutico, o rivelando la propria ubicazione in cambio di uno sconto al ristorante all'angolo. Queste imprese raccolgono su grande scala le tracce lasciate dagli internauti sui siti che frequentano, le sistemano e le rivendono a inserzionisti o ad altre società. Così guadagnano miliardi di dollari, mentre i fruitori - noi - ottengono solamente alcuni servizi gratuiti. Da questa constatazione nasce una critica bizarra, dai connotati populistici: contestiamo questi monopoli, si sostiene, e sostituiamoli con una moltitudine di piccoli imprenditori. Ognuno di noi, insomma, potrebbe costituire il proprio portafoglio di dati e trarre vantaggi dalla sua commercializzazione, vendendo ad esempio i dati sulla spazialtura dei denti a un produttore di dentifrici e il proprio genoma a un laboratorio farmaceutico, o rivelando la propria ubicazione in cambio di uno sconto al ristorante all'angolo.

Voci autorevoli, come quella del saggista e imprenditore Jaron Lanier o del ricercatore e informatico Alex «Sandy» Pentland, decantano questo nuovo modello. (...)

Se Google riempie la nostra casa di graziosi sensori intelligenti fabbricati dalla sua filiale Nest, sarà Google e non noi a guadagnare denaro quando canticchiamo. La strategia di questo gigante consiste nell'aggregare dati provenienti da una quantità di fonti (autovetture senza conducente, occhiali collegati, porta elettronica) e a far dipendere l'efficacia del sistema dalla sua ubicità: per trarne il massimo vantaggio, dovremmo permettere ai suoi servizi di arrivare, come il gas, a tutti gli angoli della nostra vita quotidiana. L'enormità del serbatoio di dati in tal modo costituito lo protegge da qualunque concorrenza: le imprese di minore dimensione



PERFORMANCE DEGLI STUDENTI DELLA SCUOLA DI ARTI MARZHAU SHAOJUN FOTO REUTERS

I mastini di Silicon Valley

«L'economia della condivisione» più che un'alternativa ai colossi della Rete è la forma più innovativa dell'industria basata sull'acquisizione e vendita dei dati personali. Una parola d'ordine populista che trova un alleato negli studiosi che denunciano i pericoli allo sviluppo cognitivo rappresentati dalla tecnologia

l'hanno capito benissimo. Non rimane loro che una scelta: rispondere all'appello di Pentland e Lanier, e contrattaccare Google esigendo che i dati appartengano *by default* agli utilizzatori, o almeno che questi siano i destinatari di una parte dei benefici.

Queste due strategie apparentemente divergenti attingono alla stessa sorgente ideologica, della quale rappresentano due varianti intellettuali. Come spiega il sociologo britannico William Davies, la visione proposta da Pentland e Lanier si ricollega alla traduzione «ordolibertista» tedesca, che eleva la concorrenza al rango di imperativo morale e considera dunque pericoloso qualunque monopolio. Mentre ossessionato dalla morale che dall'efficacia economica e dall'interesse del consumatore, l'approccio di Google, dal canto suo, è riconducibile all'ideologia neoliberalista statunitense incarnata dalla scuola di Chicago: i monopoli non sono nocivi di per sé; alcuni possono anche giocare un ruolo positivo. Malgrado le sue pretese di innovazione e sovvertimento dell'ordine costituito, il dibattito contemporaneo sulla tecnologia rimane dunque incanalato in un alveo familiare: l'informazione, considerata una merce, si integra benissimo nel paradigma liberista.

Per concepire l'informazione in altro modo occorrerebbe, per cominciare, sottrarla alla sfera economica. Magari considerandola come «bene comune», concetto caro a una certa sinistra radicale. Ma sarebbe molto utile domandarsi in-

tanto perché si accetta come un dato di fatto la mercificazione dell'informazione. La risposta risiede nel ruolo che la fase storica attuale assegna alla tecnologia: un *deus ex machina* creatore di lavoro, che deve stimolare l'economia e colmare i deficit di bilancio provocati dall'evasione fiscale di ricchi e multinazionali. In questo contesto, non considerare l'informazione come una merce equivarrebbe per i politici a bucare il loro stesso salvagente. (...)

Ritorno al XIX secolo

I difensori di questo nuovo modello giustificano una simile precarietà con argomenti degni del teorico libertista Friedrich Hayek. I meccanismi autoregolatori (è il mercato a decretare la qualità dell'autista o dell'ospite) sono più efficaci delle leggi, dunque tanto vale sbarazzarsi di queste ultime. «Quando avremo costruito sistemi davvero in grado di auto-correggersi - assicura il

noto investitore in capitali di rischio Fred Wilson - non avremo più bisogno di meccanismi regolatori». A questo scopo basta saturare la società di meccanismi retroattivi, cioè valutazioni qualitative fornite continuamente dagli attori del mercato: i pareri e i commenti degli utilizzatori. La digitalizzazione della vita quotidiana unita all'avidità prodotta dalla finanziarizzazione fa presagire la trasformazione di tutto - il genoma come la camera da letto - in bene produttivo. Esisteranno, pioniera della «genomica personalizzata», azionista principaledella società 23andMe, parago-

na la sua società a un «distributore automatico che vi permette di accedere alle ricchezze nascoste nei vostri geni». (...)

Presto o tardi, i refrattari alla salvezza prospettata dall'«economia della condivisione» saranno percepiti come sabotatori dell'economia, e la non diffusione di dati sarà vista come uno spreco ingiustificabile di risorse suscettibili di contribuire alla crescita. Non «condividere» diventerà blasfemico quanto non lavorare, risparmiare, ripagare i propri debiti: il giudizio morale passerà la vernice della legittimità su questa forma di sfruttamento.

Non può affatto sorprendere che categorie sociali schiacciate dal fardello dell'austerità inizino a convertire la cucina di casa in ristorante, l'automobile in taxi e i dati personali in attivi finanziari. Che altro possono fare? Ma per la Silicon Valley, stiamo assistendo al trionfo dello spirito d'impresa, grazie allo sviluppo spontaneo di una tecnologia separata da ogni contesto storico, e soprattutto dalla crisi finanziaria. In realtà, questo desiderio d'impresa è golioso quanto quello dei disperati di tutto il mondo che, per pagarsi l'affitto, arrivano a prostituirsi o a vendere gli organi. A volte gli Stati tentano di frenare queste derive, ma poi devono risanare i bilanci. E allora, tanto vale lasciare che Uber e Airbnb costruiscano la «miniera d'oro» come meglio credono. Questo atteggiamento conciliante ha il doppio vantaggio di aumentare le entrate fiscali e aiutare i comuni cittadini ad arrivare alla fine del mese.

Ma l'«economia della condivisione» non sostituirà quella del debito: al contrario, il loro destino è la coesistenza. L'omnipresenza dei dati, unita alla crescente efficacia degli strumenti di analisi, permetterà alle banche di vendere credito anche a una clientela ritenuta fino a oggi insolvente - ovviamente previa un'attenta scrematura digitale dei cattivi elementi.

Una critica ridotta a lamentela

In questo modo, start-up come Zest-Finance stanno già aiutando le banche a filtrare le richieste di prestiti on-line sulla base di 60.000 criteri, fra i quali il modo di pigiare i tasti del computer o di usare il telefono. In Colombia, la giovane società di prestiti Lendo condiziona l'emissione di carte di credito al comportamento dei candidati sui social network: ognuno dei loro clic entra in una linea di conto.

Un'evidenza che non sfugge a Douglas Merrill, cofondatore di ZestFinance, che in home pagespiega a chiare lettere: «Tutti i dati personali sono pertinenti in termini di credito». E allora, la nostra stessa vita, integramente osservata dai sensori che ci circondano, può iniziare a battere al ritmo del debito.

Gli idoli utili della Silicon Valley risponderanno che stanno salvando il mondo. Se i poveri chiedono di indebitarsi, perché non accontentarli? Gli spiriti visionari non sono sfiorati dal dubbio che questo bisogno di credito possa dipendere dall'aumento della disoccupazione, dalla riduzione delle spese sociali e dal crollo dei salari reali. Né rifletto-

no sul fatto che altre politiche economiche potrebbero invertire queste tendenze, e rendere inutili questi meravigliosi strumenti digitali che consentono di vendere sempre più debito. Il loro unico compito - e la loro unica fonte di reddito - è creare strumenti per risolvere i problemi così come essi si presentano giorno per giorno, non sviluppare un'analisi politica ed economica suscettibile di riformulare gli stessi problemi per affrontarne le cause.

Ossessionati dalla tecnologia

In ciò la Silicon Valley è simile a tutte le altre industrie: a meno che non possano trarne profitto, le imprese non vogliono un cambiamento sociale radicale. Ma Google, Uber o Airbnb dispongono di un repertorio retorico molto più ampio rispetto a JP Morgan o Goldman Sachs. Se ci viene voglia di criticare le banche, passiamo per avversari del capitalismo e di Wall Street, contrari al suo salvataggio da parte dei contribuenti: un punto di vista ormai così banale da far spadiagiare. Invece, criticare la Silicon Valley, significa essere ritenuti dei tecnobibi, stupidi e nostalgici dei bei tempi andati prima dell'iPhone. Allo stesso modo, qualunque critica politica ed economica formulata contro il settore delle tecnologie informatiche e i suoi legami con l'ideologia neoliberalista è subito considerata una critica culturale alla modernità. E il suo autore è dipinto come nemico del progresso, desideroso di raggiungere Martin Heidegger nella Foresta nera per guardare tristemente il cemento senz'anima delle dighe idroelettriche.

Da questo punto di vista, le continue lamentele sul declino della cultura prodotto da Twitter e dai libri elettronici hanno giocato un ruolo nefasto. All'inizio del XX secolo, il filosofo Walter Benjamin e il sociologo Siegfried Kracauer consideravano i problemi posti dai nuovi media attraverso un prisma socioeconomico. Oggi, bisogna accontentarsi delle riflessioni di un Nicholas Carr, ossessionato dalle neuroscienze, o di un Douglas Rushkoff, con la sua critica bio-fisiologica dell'accelerazione. Indipendentemente dalla maggiore o minore pertinenza dei loro contributi, la loro modalità di analisi finisce per separare la tecnologia dall'economia. E così ci si ritrova a discutere di come uno schermo di iPad condizioni i processi cognitivi del cervello, invece di comprendere come i dati raccolti dagli iPad influenzino le misure di austerità dei governi.

copyright Le Monde Diplomatique/ il manifesto
Traduzione di Mainella Correggia