DOPPIOZERO

Facebook: copiare gli altri

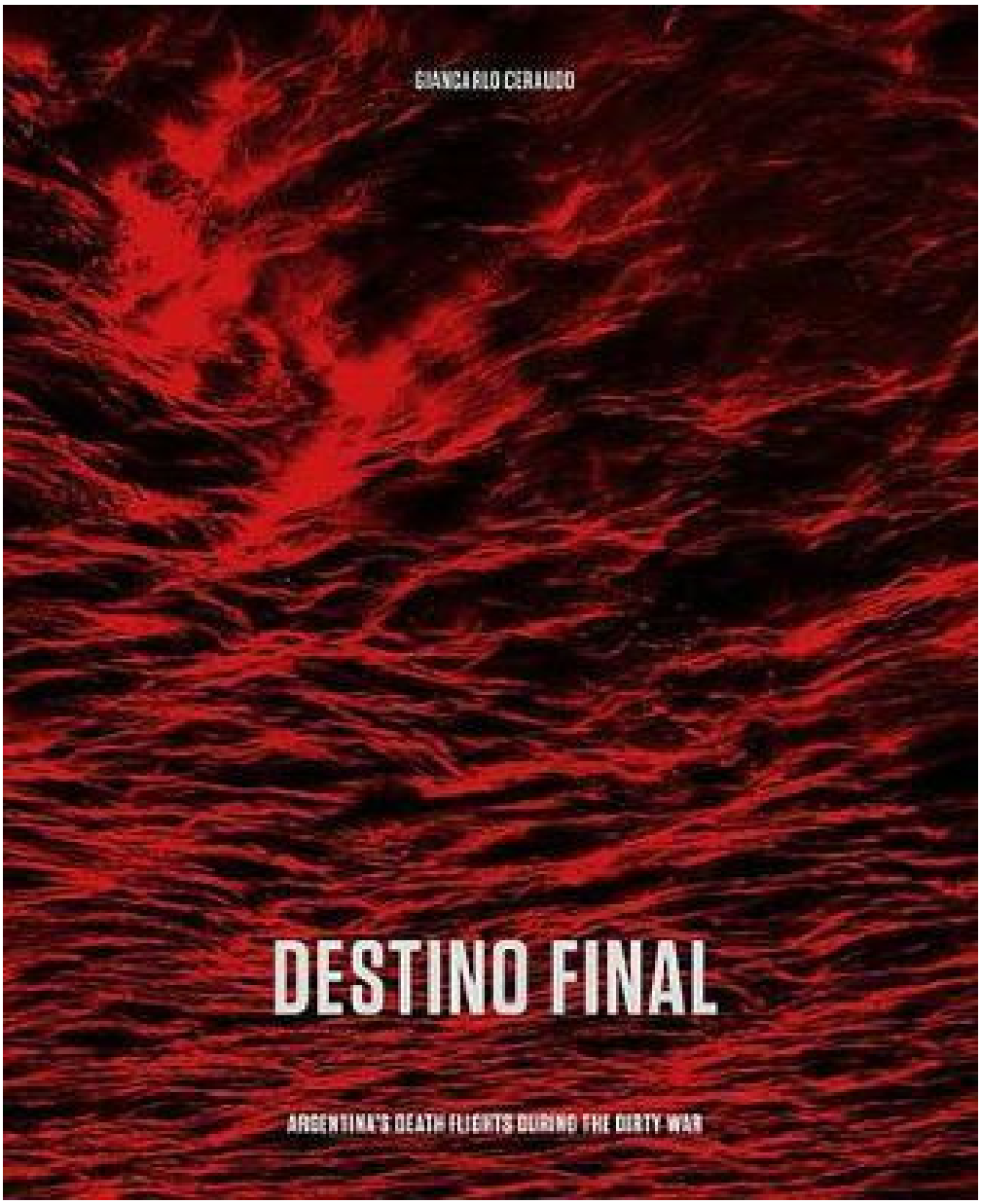
Ugo Morelli

10 Dicembre 2017

Il Web ci ha abituato a rispondere agli stimoli in modo immediato. Siamo ormai orientati a pensare solo a quello che potrebbe succedere nei prossimi momenti, ore, o giorni, ma ci sfuggono gli anni e il medio-lungo periodo. Il cosiddetto "tempo reale" surclassa le nostre menti e i tempi della riflessione riguardante il cambiamento iperveloce. Alla realtà aumentata della rete o infosfera non corrispondono, per ora, una ricerca e azioni concrete per aumentare le nostre menti. La nostra neuroplasticità, che dispone di potenzialità enormi e decisamente superiori all'uso che tuttora facciamo del nostro sistema cervello-mente, o *mind-brain* come opportunamente lo definisce Jaak Panksepp, non è a tutt'oggi educata a sviluppare capacità aumentate per cercare di abitare l'infosfera governandola e non subendola. Facebook ha 2,1 miliardi di utenti attivi mensili nel 2017. Il suo proposito dichiarato è mettere in contatto le persone; in realtà è la più grande azienda di controllo e sorveglianza della storia dell'umanità. La fotografa Tanja Hollander che ha fotografato circa trecento dei suoi amici di Facebook ha intitolato il proprio servizio: "*Are you really my friend?*" Probabilmente in pochi risponderebbero positivamente a questa domanda. Ma ciò non vuol dire nulla rispetto alla perseveranza nella dipendenza dall'uso del *social media*. Quell'uso sembra avvenire "a prescindere", come avrebbe detto Totò, e somiglia sempre più all'aria che respiriamo: lo facciamo senza accorgercene, tacitamente e da essa dipendiamo. Così accade per Facebook e per l'infosfera: più crescono, più ne dipendiamo. Quando nel 2012 Facebook aveva un miliardo di iscritti, il 55 per cento degli utenti lo usava tutti i giorni. Oggi che gli iscritti sono più di due miliardi, ad usarlo quotidianamente è il 66 per cento degli utenti. Perché accade tutto questo? Quali sono le ragioni? Non è facile rispondere a queste domande. Un percorso per cercare di comprendere quello che ci sta accadendo lo traccia con chiarezza e documentazione Luciano Floridi nel libro *La quarta rivoluzione. Come l'infosfera sta trasformando il mondo*, pubblicato da Raffaello Cortina Editore nel 2017.

Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione sono divenute forze ambientali, antropologiche, sociali e interpretative. Esse creano e forgiano la nostra realtà fisica e intellettuale, modificano la nostra autocomprensione, cambiano il modo in cui ci relazioniamo con gli altri e con noi stessi, aggiornano la nostra interpretazione del mondo, e fanno tutto ciò in maniera pervasiva, profonda e incessante.

Peter Thiel, uno dei finanziatori iniziali di Facebook nel 2004, durante i suoi studi a Stanford si era avvicinato alle idee di René Girard, l'autore, tra l'altro, di un saggio che ha avuto molta influenza in diversi campi, *Delle cose nascoste fin dalla fondazione del mondo*, pubblicato in italiano da Adelphi nel 1996. Tutto il sistema di pensiero di Girard ruota attorno al concetto di "desiderio mimetico". L'uomo, una volta soddisfatti i bisogni di nutrirsi e di ripararsi, comincia a guardare quello che fanno e vogliono gli altri e li imita. Thiel sintetizzerà il pensiero di Girard sostenendo che l'imitazione è alla radice di ogni comportamento umano. L'*homo mimeticus* "è la creatura che non sa cosa desiderare e guarda gli altri per decidere. Desideriamo ciò che desiderano gli altri perché imitiamo i loro desideri". La ragione per cui Thiel sostiene Facebook sta nel fatto che si tratta di un business fondato sul bisogno profondo di copiare gli altri. Facebook si afferma sul passaparola imitativo, perché si basa sul passaparola. Ci teniamo a farci vedere come vogliamo che ci vedano gli altri e Facebook è lo strumento più popolare che l'umanità abbia mai avuto per perseguire questo scopo (J. Lanchester, *You Are the Product*, Vol. 39 No. 16 · 17 August 2017; pages 3-10).



Le conseguenze più rischiose di questa pervasiva e subita dinamica sono riconducibili a un restringimento e a una riduzione del “noi” e della capacità riflessiva alle nicchie ideologiche e conformiste in cui ognuno è coinvolto, oltre che alla presenza e diffusione di *fake news* e all’affermazione delle cosiddette post-verità. Oltre alle incidenze problematiche sulla capacità critica individuale e sugli spazi effettivi di riflessione, gli effetti problematici riguardano il dibattito pubblico e la formazione dell’opinione pubblica, con evidenti conseguenze per la democrazia. Mentre nel dibattito pubblico le *fake news* possono essere criticate, evidenziate e riconosciute, in Facebook, nella comunità in cui vengono raccontate, ciò è praticamente impossibile, e l’esito è una falsità condivisa come verità e, per ciò stesso, rinforzata dalla condivisione e dall’ignoranza sulle fonti che l’hanno messa in circolazione.

D’altra parte la vera ragion d’essere dell’azienda Facebook è vendere pubblicità, e per questo è indifferente alla qualità delle notizie che appaiono sul suo sito se non per la loro capacità di generare e indirizzare la vendita di annunci pubblicitari. Per questo motivo il flusso delle notizie su Facebook è regolato da una specie di legge di Gresham, il banchiere inglese che nel ‘500 formulò la legge in base alla quale “la moneta cattiva scaccia quella buona”. Le notizie false che generano più clic e si possono produrre gratis scacciano le notizie vere, che spesso comunicano cose che la gente non vuole sentire e che non si producono gratis.



La potenza di Facebook e la sua capacità di influenza sono un esempio della funzione rivoluzionaria dell’“essere tra” delle tecnologie dell’informazione e della comunicazione. Una delle principali evidenze che il saggio di Floridi mostra è che le trasformazioni del mondo legate all’infosfera riguardano prima di tutto un problema di potenza intellettiva e non computazionale. Come aveva già intuito Sebastian Seung in *Connettoma*, si configura una nuova geografia della mente umana e siamo di fronte a un’antropologia del cambiamento accelerato, secondo le considerazioni di Thomas Hylland Eriksen in *Fuori controllo*, pubblicato da

Einaudi nel 2017, in cui sorgono complesse contraddizioni tra le forze di standardizzazione dell'età dell'informazione e la natura socialmente stratificata delle vite individuali.

A essere sfidata è la capacità delle nostre menti che si dispongono a scacciare la moneta buona e a far prevalere la moneta cattiva. Lo fanno perché non si investe abbastanza nel colmare o meglio sarebbe nell'anticipare il *gap* che si è generato e si genera tra tecnologia, conoscenza e cultura. Menti non potenziate valorizzando la nostra neuroplasticità e la nostra capacità generativa e di apprendimento non potranno che subire l'infosfera e rimanerne travolte.

Le invenzioni tecnologiche derivano sempre da esigenze riconosciute, e allora hanno successo e divengono innovazioni che diffondono la capacità creativa umana. A "suggerire" la necessità di tecnologie è in primo luogo la natura di cui siamo parte. Floridi colloca i tre ordini delle tecnologie in una scala progressiva in cui le tecnologie di *primo ordine* si situano tra suggeritori naturali e utenti umani. L'ascia è probabilmente il più antico genere di tecnologie di primo ordine ed emerge come potenziamento della mano dell'uomo nel suo rapporto con la natura che la suggerisce.

È interessante qui notare la correlazione con la comprensione della percezione umana sviluppata da Gibson mediante la teoria dell'*affordance*, in cui la percezione è letta in rapporto ai fenomeni dell'ambiente che la generano. Le tecnologie di *secondo ordine* sono quelle che pongono gli utenti in relazione non più con la natura ma con altre tecnologie: basti pensare a uno strumento domestico come un semplice cacciavite che sta tra noi e un altro elemento tecnologico che è la vite. "Il motore, inteso come ogni tecnologia che fornisce di energia un'altra tecnologia, è probabilmente la più importante tecnologia di secondo ordine". L'intensificazione e lo sviluppo esponenziale delle tecnologie di secondo ordine porta all'emergere delle tecnologie di *terzo ordine*.
Nell'interazione tecnologia-tecnologia-tecnologia, noi che eravamo gli utenti non esercitiamo più un controllo nel processo: quello che accade di fatto è che tecnologie in veste di utenti interagiscono con tecnologie in veste di suggeritori tramite altre tecnologie. "Per dirlo in termini semplici, i codici a barre non sono fatti per essere letti con i nostri occhi, e nelle negoziazioni finanziare ad alta frequenza (che rappresentano ormai tre quarti del volume del volume totale degli scambi finanziari negli Stati Uniti) l'acquisto e la vendita di azioni avviene a una

velocità tale che solo rapidi computer e algoritmi possono sostenere, valutando simultaneamente molteplici mercati, eseguendo milioni di ordini al secondo, adottando e adattando strategie in millesimi di secondo. E ciò è parimenti vero per ogni applicazione, civile o militare, che risponda al proprio tempo". La caduta del controllo nel processo ci porta a fare affidamento su indicatori invece che su reali esperienze: non saremmo in grado di testare tutte le alternative possibili, ad esempio provare tutti i ristoranti di una città prima di scegliere dove andare a cena. Ciò fa sì che condividiamo e promuoviamo con i nostri comportamenti effettivi una cultura del *proxy*. I profili in rete stanno al posto degli individui e i "*like*" o le pagine linkate sono segno di rilevanza e importanza. Tale processo alimenta ulteriormente l'industria della pubblicità e finisce per applicarsi a noi stessi. In una cultura *proxy* possiamo facilmente essere de-individualizzati e trattati come un "tipo", o i *proxy* possono essere utilizzati per re-identificarci: tutto questo consente di comprendere quanto profondamente le tecnologie dell'informazione e della comunicazione condizionino noi stessi, le nostre identità, la comprensione di noi e la nostra *onlife experience.*

CHAOS MONKEYS



OBSCENE FORTUNE AND RANDOM FAILURE IN SILICON VALLEY

Antonio García Martínez

Le trasformazioni della nostra storia (iperstoria), del nostro ambiente (infosfera) e dello sviluppo del nostro sé (l'esperienza *onlife*), modificano la comprensione di noi stessi.

Nella quarta rivoluzione non è possibile comprendere noi stessi se non come organismi informazionali tra altri organismi informazionali. Possiamo essere trattati, e di fatto lo siamo, come "beni da vendere e acquistare sul mercato della pubblicità". Nell'età di Google, come ironicamente sostiene Floridi, possiamo diventare come le anime morte di Gogol. Le nostre stesse propensioni personalizzanti, i nostri tentativi di distinguerci ed essere noi stessi, di fronte al massiccio processo di mercificazione, rischiano di risultare funzionali a un uso strumentale dell'infosfera. Usiamo e pubblichiamo informazioni che ci riguardano per diventare meno anonimi e irriconoscibili dal punto di vista informazionale, e così facendo ci esponiamo allo stesso tempo a quelle dinamiche a cui vorremmo sottrarci. Tra questioni cruciali relative alla *privacy* e modelli di azione che si ridefiniscono per intero, la più importante questione sollevata dalle tecnologie dell'informazione e della comunicazione "non concerne tanto il modo in cui queste costituiscono una nostra estensione o un nostro potenziamento, ma più profondamente il modo in cui ci conducono a reinterpretare chi siamo e come dovremmo interagire l'uno con l'altro"; il modo in cui formiamo e regoliamo dal punto di vista ecologico la nostra nuova infosfera.

Le trasformazioni della quarta rivoluzione ci pongono non solo di fronte al problema di come elevare e aumentare le nostre menti all'altezza dell'infosfera per non subirla, ma oltre al rischio tecnologico con le tecnologie dell'informazione e della comunicazione, abbiamo solo poco tempo per affrontare la partita ecologica, dal momento che il futuro della nostra presenza sul pianeta è la posta in gioco. Floridi sostiene che per questo "dovremmo probabilmente essere pronti ad affrontare sacrifici, in termini di consumi e di costi, se la nostra analisi etica dei rischi metatecnologici esistenti o prevedibili lo richiede". "Soffrire ora può rivelarsi la sola strategia di successo a disposizione".

La stessa capacità di soffrire implica però di essere liberi di farlo e di condividere in dibattiti pubblici la disposizione nel farlo e i contenuti per farlo, magari confliggendo e confrontandosi. Facebook però mostra, come evidenzia Martinez in *Chaos Monkeys*, di contribuire fortemente ad abbassare la qualità del dibattito pubblico e che non è mai stato così facile dire quelle che Hitler chiamava "grandi bugie" e darle in pasto alla collettività.



Facebook conosce il codice identificativo del telefono degli utenti e per questo è in grado di agganciarlo al codice utente su Facebook, indirizzando la pubblicità sul telefono meglio di chiunque altro, e in una forma molto più fine e integrata. Oggi,

in ragione delle partnership con le aziende di credito, Facebook conosce l'identità di tutti, sa dove vivono e quello che hanno comprato nella loro vita con una carta plastificata in un negozio. Tutte queste informazioni sono usate per uno scopo che è molto banale: vendere prodotti attraverso pubblicità online. Ma tutto questo non basta. Più ancora della pubblicità e delle vendite, il vero business e il vero pericolo di Facebook è la sorveglianza. È di fatto la più grande azienda di sorveglianza nella storia dell'umanità. Sa molto di più sul nostro conto di qualsiasi governo in qualsiasi epoca.

Il fotografo Giancarlo Ceraudo e la giornalista ex-desaparecida Miriam Lewin nel libro *Testimoni silenziosi* documentano la ricerca degli aerei con cui sono stati gettati in mare, narcotizzati, oltre cinquemila argentini durante la dittatura militare. Hanno trovato cinque velivoli: a Buenos Aires, in Lussemburgo, Inghilterra e Stati Uniti. Nelle carlinghe c'erano ancora i piani di volo, dettagliati. I piloti sapevano.

Destino final nel linguaggio dei viaggi aerei in spagnolo vuol dire luogo di atterraggio.

Ecco. Possiamo vivere e comportarci in un *habit* che ci rende appartenenti e operativi, persino zelanti e volonterosi partecipi di tragedie che ci coinvolgono neutralizzando la nostra capacità di riflettere, di pensare, di praticare quella che secondo Luca Mori è la *Chance.*

Studiando attentamente l'opera di Max Weber, Mori individua in quel costrutto l'indicazione più specifica delle possibilità del nostro agire politico responsabile. Oltre il discorso filosofico-politico dell'età moderna, incentrato sulla definizione di vincoli necessari e necessitanti deducibili da una certa lettura della cosiddetta natura umana, noi siamo quella specie che dispone del "potere di non".

Un elemento che definisce e ridefinisce le nostre possibilità in quanto a esercizio del nostro potere, alla legittimazione, all'espressione del consenso, all'uso di noi stessi e ai nostri costumi.

Il rischio di neutralizzazione della *chance* è probabilmente il principale campanello di allarme che viene dalla pervasività dell'infosfera, tra intensificazione del

controllo e ricerca degli spazi effettivi di libertà, che pure possono essere generati dall'infosfera stessa.

Da un punto di vista storico le conoscenze aumentano e il libro di Floridi evidenzia le straordinarie e incommensurabili opportunità che l'infosfera mette a disposizione. Il valore di una rete, infatti, è proporzionale al quadrato del numero di nodi connessi a un sistema (n alla seconda). Per queste ragioni la generazione attuale sta sperimentando il passaggio dalla storia all'iperstoria, determinato dall'infosfera. Le società dell'informazione avanzate dipendono sempre più sensibilmente dalle tecnologie dell'informazione e della comunicazione per il loro normale funzionamento e sviluppo, nel bene e nel male. Il potere di processare aumenterà e, al contempo, diventerà più economico. La quantità di dati raggiungerà misure impensabili e il valore della rete crescerà in modo quasi verticale. Come scrive Floridi: "L'iperstoria è una nuova era nello sviluppo umano, ma non trascende le coordinate spazio-temporali che hanno regolato da sempre la nostra vita su questo pianeta". La questione da affrontare è che tipo di ambiente iperstorico stiamo costruendo per noi stessi e per le future generazioni.

La contraddizione è costitutiva, come è facile intuire. Mentre viviamo la quarta rivoluzione, dopo Copernico, Darwin e Freud, ci domandiamo se queste tecnologie ci renderanno più liberi e potenti o al contrario ci costringeranno entro spazi fisici e concettuali limitati, obbligandoci silenziosamente ad adattarci a loro.

La domanda delle domande è se saremo capaci di darci la *chance* di continuare a farci questa domanda.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO

Raffaello Cortina Editore

Luciano Floridi

La quarta rivoluzione

Come l'infosfera sta trasformando il mondo



SCIENZA E IDEE

Collana diretta da Giulio Giorello