DOPPIOZERO

Come rivoluzionare la rivoluzione digitale?

Damiano Razzoli

27 Maggio 2018



Cosa significa essere rivoluzionari dopo la rivoluzione digitale? Per Evgenij Morozov non si tratta di sicuro di riaffermare un pensiero luddista, né di provare un disgusto morale nei confronti della tecnologia. “Posso pensare a modalità veramente differenti per mettere l’intelligenza artificiale al servizio delle persone? Certo. Mi piacerebbe non farlo? No”. Per il sociologo bielorusso, evitare un ingaggio diretto sul destino del rapporto tra tecnologia e umanità significherebbe tornare indietro a un modello passato, quindi uno spreco di tempo. “La domanda che dovremmo farci è, allora, come arrivare a un nuovo modello”.

Il primo tassello, per Morozov, è non reificare la narrazione della tecnologia come se prima non vi fosse nulla e osservarla all’interno di un più ampio “sistema socio-politico e socio-economico di cui abbiamo perso il controllo tempo fa”. Questo implica riconoscere che, qualsiasi uso si possa fare della tecnologia, finisce comunque sempre a seguire la logica di quel sistema, uscendo così da un atteggiamento ingenuo.

Riconoscere questa situazione è già di per sé un gesto rivoluzionario e così, incontrando Morozov alla giornata inaugurale del festival Fotografia Europea a Reggio Emilia, quest’anno proprio dedicato al tema “Rivoluzione”, ne abbiamo approfittato per discutere insieme dell’argomento. Proviamo ad applicare questo ragionamento, per esempio, alla sharing economy, così, tanto per toglierci da dosso un po’ di ingenuità: “Non c’è niente di sbagliato, in astratto, nell’idea che si

possano usare le risorse in modo più efficiente permettendo alle persone di accedervi in tempo reale e di decidere in che modo usarle".

Tuttavia, oggi è un chiaro esempio di quanto l'emancipazione derivata dal digitale abbia un carattere "predatorio" e per certi versi assolutista. Se pensiamo all'economia della condivisione come a un ciclo, nella prima parte ci sentiamo liberati e responsabili dell'universo; nella seconda parte del ciclo, invece, lo idealizziamo come se fosse qualcosa di unico. Eppure, non c'è niente che arrivi dal nulla.

"Già negli anni Sessanta, ad Amsterdam, le persone avevano iniziato a condividere le biciclette tra di loro, in modo gratuito, per spostarsi nella città, senza bisogno di scaricare nessuna app. Il fatto che tutti questi processi di condivisione e di vita in comune siano stati rimodulati e riproposti, con l'avvento di aziende quali Airbnb e Uber, come se non si fossero mai verificati in precedenza, è qualcosa di molto rilevante".

La narrazione è una chiave essenziale. Come si raccontano le multinazionali della tecnologia rispetto alla storia e al capitalismo?

"Si presentano come fossero fuori dal capitalismo e un caso unico della storia. Steve Jobs, tanto per fare un esempio, raccontava come avesse sviluppato Apple in un garage insieme a Steve Wozniak, mentre invece è cresciuta per decenni grazie a fondi militari per la ricerca informatica indirizzati a Stanford, di cui hanno beneficiato. Quando dico che un'azienda come Apple si presenta come se fosse fuori dalla storia, mi riferisco alla tendenza narrativa di omettere l'impatto della Guerra Fredda sull'industria informatica statunitense e di favorire, di conseguenza, quella per cui si nega tale prospettiva e si pretende che tutto sia stato creato da un gruppo di geni che lavoravano in strada."

Agli inizi, internet era visto come una grande opportunità di libertà, una risorsa che rendeva possibile una conversazione più ampia, su scala globale. Se pensiamo al concetto di capitalismo della sorveglianza o all'immagine di software che prendono il comando, parafrasando il titolo di un libro di Lev Manovich, internet non è mai stato libero.

“Sono quel tipo di persona che non crede all’esistenza di Internet, quindi dovremmo chiederlo a qualcun altro. Cosa è internet se non un protocollo Tcp/Ip che regola il traffico di dati tra punti differenti? Di altro, ci sono piuttosto i discorsi su internet ed è a questo che ci possiamo riferire. Se avessimo chiesto a un insieme di persone che lavoravano al MIT cosa fosse internet nel 1982, avrebbero risposto ‘un’abbreviazione per il protocollo Tcp/Ip che regola il modo con cui diversi nodi scambiano traffico di dati tra di loro’, affermando la natura egualitaria di questo scambio. La risposta alla stessa domanda, rivolta alle persone nel 1999, sarebbe stata AOL. Se chiediamo in giro, ora, cosa sia internet, la risposta sarebbe, invece, Facebook o Skype. Dal mio punto di vista, considero internet qualcosa da studiare, piuttosto che da spiegare. Per me non esiste internet come oggetto stabile di cui puoi tracciare la storia in modo lineare, in quanto la storia in sé stessa varia sulla base di particolari contingenze storiche, interpretazioni ed equilibri di forze politiche. Per le persone che vivono in Africa, internet è una cosa molto diversa rispetto all’esperienza che ne hanno, per esempio, i norvegesi. In questo senso, la maggior parte dei problemi nella nostra narrativa è legata a questa sciocca concezione di internet come medium, che puoi paragonare alla televisione o ai giornali. Dal mio punto di vista, non è mai stata una buona idea neppure parlare della televisione come medium, in quanto è indeterminata. Se ci basiamo sui protocolli tecnologici che la fanno funzionare, non è possibile arrivare a conclusioni definitive sulla sua forma sociale, politica e culturale. Certamente si possono proporre analisi circoscritte, ma di certo non è possibile descrivere in dettaglio, per esempio, l’impatto della televisione via cavo focalizzandosi solo su come la sua natura tecnica ne modella il contenuto. Non credo in quella teoria.”

Insomma, ci dice che il medium non è il messaggio e che bisogna considerare il sistema all’interno del quale è prodotto. Non le pare che la sua posizione metta da parte anche le teorie che analizzano la specificità dei media visivi proprio a partire dalla dimensione dello schermo, e da quello che sullo schermo viene mostrato?

“Nella storia dell’arte vi sono discorsi relativi alla specificità dei media che mi portano a suggerire che non vi sia una idea fissa e condivisa di cosa sia un medium, in quanto non è ovvio cosa sia. Quando inizi a riflettere su un qualsiasi medium, di solito è già nelle mani delle persone che lo utilizzano e ne modellano

usi e consumi. Ho studiato molte ricerche sulle origini della televisione via cavo e ho trovato interessante i numerosi riferimenti a queste persone hippy, radicali e anarchiche che pensavano come la televisione via cavo potesse liberarli dal dominio dei network televisivi che imponevano i propri contenuti, in modo tale che le persone di una stessa comunità di quartiere usufruissero della televisione via cavo per trasmettere, in modalità anche ristretta, le loro produzioni. Per quale motivo non è successo tutto questo? Per il fatto che la battaglia politica, legale ed economica per renderla tale ha fallito e che vi sono elementi inerenti al sistema della televisione via cavo che sono per forza centralizzati."

Questa storia ha molte analogie con i primi visionari del web. Mi ricorda molto le posizioni di John Perry Barlow, il paroliere dei Grateful Dead, che come altri pensava a internet secondo lo schema di un'utopia digitale per cui il cyberspazio fosse un mondo a cui chiunque poteva accedere, senza privilegi di sorta o pregiudizi. Mi viene da pensare che, allora, sebbene cambi la forma e la sostanza, in fondo i processi restano immutati.

"La capacità di sviluppare i media in modo tale che fossero uno strumento di emancipazione è sempre stata presente, ma c'è una ragione per la quale non ha avuto successo. Da una parte, ha a che fare con l'inabilità dei sostenitori di questi media nel loro potenziale emancipatorio di mobilitare la folla perché condivida e segua la loro visione dei media. Dall'altra parte, ha a che fare con una visione deterministica dei media. Se osserviamo la televisione via cavo nei primi anni Settanta, troviamo Marshall McLuhan che domina la scena con la sua teoria dei media e su come sia possibile confrontare i diversi media tra loro. Così, se iniziamo a fare paragoni tra la televisione e il libro, emerge una idea statica di medium. Ciò può avere un senso nel caso del libro, perché per oltre quattrocento anni vi è stata una ricorsività distintiva e condivisa di quello che è, influenzata da dinamiche storiche e forze di potere che hanno contribuito a risolvere problemi di copyright, design, pirateria e così via. Nel caso della televisione, al contrario, la situazione è diversa, molto più fluida.

Il risultato è che i confronti proposti da McLuhan, sebbene bizzarri, hanno avuto un effetto performativo. Più le sue dichiarazioni si sono diffuse, più hanno avuto un impatto sul modo di vedere il mondo e di intendere gli strumenti che lo rappresentano, soprattutto in relazione all'accettazione, nel senso comune, che vi sia qualcosa di fisso e immutabile nella natura della televisione.

Internet, invece, ha vissuto un processo diverso, in quanto la quantità di soldi investiti e la composizione del capitale che arriva in questo settore industriale sono tali per cui stabili tendenze non hanno prospettive a lungo termine, poiché esiste sempre qualcuno con soldi e potere in grado di essere più disruptive. Adesso, per esempio, vi sono talmente tanti investimenti sull'implementazione della blockchain, che tutti parlano di blockchain e nessuno di internet, in quanto vi sono più risorse a sostegno di una nuova narrativa che presenta la blockchain come un elemento contrastante rispetto a internet, che viene ora presentato come una grande forza centralizzata, esattamente il contrario del racconto degli albori. Il tono e la direzione della narrazione sulle tecnologie sono parte del funzionamento e delle condizioni materiali della tecnologia stessa."



A proposito di nuovi trend e potere, la serie tv Mr. Robot parla di tensioni politiche tra corporation, software houses, hackers e governi nazionali, in particolare tra Usa e Cina. Se software e internet sono elementi dominanti della società, in che modo i giganti del web giocano una partita non solo a livello economico ma a livello geopolitico?

“Non c’è niente di digitale nella battaglia sul digitale, visto che ha come obiettivo il dominio sull’economia. Di certo non ha nulla a che fare con il controllo sulla speculazione mondiale che produce i meme sui gatti. Per intenderci, non stiamo parlando di un dibattito sui social media, ma su chi è in grado di accumulare il maggior numero di dati per creare il più efficiente e attento software che implementi sistemi di intelligenza artificiale, come per esempio il riconoscimento cognitivo e visivo di facce o di oggetti. Si tratta della nuova colonna vertebrale intorno alla quale il capitalismo si sta ristrutturando.

Inoltre, se guardiamo alle forme in cui il capitalismo si esprime, tendono a essere razionali, sebbene possano, a livello generale, avere un atteggiamento irrazionale. A livello individuale, infatti, vengono applicati modelli di conseguenza logici e sistematici. Se per ottenere qualcosa nel modo meno costoso fosse necessario delegare interamente, che so, ad Amazon, determinate operazioni, questo verrebbe fatto, anche a costo di causare un collasso dell’intera economia, perché non è un loro problema. Quindi, potremmo dire che i cinesi hanno semplicemente capito cosa sta accadendo a livello delle maggiori aziende e che queste aziende hanno bisogno di dati per sviluppare sistemi di intelligenza artificiale, così come dieci anni fa avevano bisogno del cloud computing. Gli Stati Uniti hanno riconosciuto questo trend anni fa non solo a livello aziendale, ma anche a livello politico. A questo possiamo ricondurre la questione Cambridge Analytica, che mi sembra utile solo a mobilitare l’attenzione pubblica. Il digitale viene scomodato per avere titoli sui giornali e sui notiziari, ma non perché ci sia il digitale, ma perché c’è Trump, secondo la supposizione per cui l’aver fatto qualcosa di sbagliato abbia portato all’elezione di Trump, il che giustifica la quantità infinita di articoli dedicati a Facebook e a Cambridge Analytica. In termini più concreti, cosa mai è stato fatto? Facebook ha fatto quello che fa ogni giorno.”

Se prendiamo il caso delle fake news, una serie di articoli del Nieman Reports di Harvard mostra come già in passato ve ne fossero tracce, a partire dalla stampa scandalistica, il cosiddetto yellow journalism. In Italia, in epoca fascista, venivano prodotte le cosiddette veline, fogli d'ordine con disposizioni su come presentare determinati fatti e opinioni che il regime impartiva alla stampa quotidiana e periodica. Insomma, le bufale non sono nate oggi, ma ieri. Cosa è cambiato nel frattempo?

“È vero che storie e cose fuori dalla realtà sono sempre state prodotte, come è vero che vi sono sempre state persone fuori dalla realtà che hanno prodotto idiozie. Il problema non è allora paragonare forme di giornalismo nel corso del tempo, ma piuttosto individuare la vera natura del problema: la velocità con cui le notizie sono distribuite e la ragione per cui la distribuzione delle notizie è cambiata così radicalmente.

Gli incentivi offerti dalle grandi piattaforme per il social networking, che lavorano sul traffico di contenuti, sono allineati; sono gli incentivi di persone e organizzazioni che hanno interesse a diffondere determinate informazioni. Per essere chiari, Google, Twitter e Facebook fanno tutto il possibile per massimizzare click e condivisioni perché così riescono a massimizzare quello che sanno su ogni utente, creando un sistema che facilita la circolazione delle informazioni. Se le fake news rappresentano un problema serio, non lo sono in quanto responsabili dell’elezione di Trump, ma piuttosto alla luce della correlazione tra il modello di business di Google, Twitter e Facebook e le persone che fanno circolare notizie false con precise intenzioni.

Se si vogliono eliminare le fake news esiste un solo modo per ottenerlo: eliminare la pubblicità come modalità di pagamento per la circolazione dei contenuti. Lo scenario peggiore è che saranno proprio i colossi dei social media a risolvere il problema e chiederanno agli utenti il conto da pagare. Insomma, queste social media companies, che hanno creato il danno con i loro business model, arriveranno a mettere sul mercato un sistema di intelligenza artificiale che risolva la diffusione delle fake news, avvallati addirittura dai politici che chiedono a queste stesse aziende proprio la risoluzione del danno. E allora che possiamo farci? Paghiamole queste aziende, per sradicare un problema che esiste solo a causa loro.”

Con l’avvento del digitale, sono emersi movimenti che sognano una democrazia diretta, online, connessa, più partecipata e mediata da software. Pensiamo al ruolo del Movimento 5 Stelle, per esempio. Tuttavia, è opportuno riflettere sul fatto che il software non è mai neutrale, ma sia preimpostato e gestito da chi lo ha implementato sulla base di azioni che si vogliono far fare agli utenti. Cosa ne pensa della democrazia del software?

“Trovo così ridicola la critica al Movimento 5 Stelle, a partire da una sorta di idea astratta di democrazia italiana, che non riesco a trattenermi dal ridere. Abbiamo altre opzioni? La democrazia delle banche è meglio della democrazia dei click? Che basi ci sono per criticare la loro versione naif della democrazia? Si può continuare a sostenere che loro hanno una concezione bizzarra della democrazia, ma la verità è che la situazione è già bizzarra di suo. Intendo dire che se si arrivasse ad avere la democrazia dei click, invece della democrazia che vi è ora, dovremmo essere tutti felici. Questa è solo la mia personale opinione. Se si spende l’intera giornata a leggere Habermas, allora potrebbe avere senso criticare quelli del M5S e affermare che la loro proposta sia pura follia; se, al contrario, seguissimo il dibattito quotidiano della politica italiana, bisognerebbe chiedersi perché mai siano così criticati. La democrazia dei click sarebbe fantastica se si riuscisse a metterla in piedi nel modo migliore, qui, in Italia. Il punto è che non sono neanche capaci di farla funzionare. Questo è il problema del Movimento 5 Stelle, non lo faranno, al di là delle loro promesse.”

Le nuove piattaforme, come Google e Facebook, sono studiate per attrarre. L’iperconnettività ci porta lontano dalla socialità del porta a porta. Cosa si deve fare per costruire una alternativa possibile? Disconnettersi per costruire una nuova ecologia cognitiva e nuove forme di resilienza, oppure proporre un possibile nuovo modo di vedere internet e di ingaggiare le comunità localmente?

“È una domanda che merita una risposta molto pragmatica, in termini sia politici sia economici. Il capitalismo si è sempre basato sul surplus del lavoro e sull’accaparramento di risorse non protette. Adesso non si va più a saccheggiare le risorse in America Latina o in Africa per portarle in Europa con le navi, ma si saccheggia virtualmente e digitalmente la nostra vita, attraverso la raccolta dei dati su quello che facciamo online e che sono sfruttati, per esempio, nello sviluppo di sistemi di intelligenza artificiale, che imparano da quello che gli utenti fanno online.

Se iniziamo a capire in che modo il valore è generato, ci rendiamo conto che l’intuizione di Marx di studiare i modi di produzione è corretta. Tuttavia, i modi di produzione se ne sono andati altrove; oggi i dati sono già mezzi di produzione, il che implica che per presentare un modello alternativo dovremmo chiederci chi detiene la proprietà di questi mezzi e fino a che punto sia possibile ridefinire l’economia digitale tanto da stimolare nuovi e differenti processi di

emancipazione, nuovi di tipi di lavoro, nuovi tipi di organizzazione sociale a livello della città o del quartiere.

Non sto proponendo un governo centralizzato che entri nel mercato e fondi il proprio Google nazionale, o piuttosto una sorta di versione europea, come molti nella Commissione Europea vorrebbero realizzare; sto proponendo un modello molto differente, che si basa sulla socializzazione e regolamentazione dei dati, dell'intelligenza artificiale e del loro accesso, in modo tale che l'imprenditoria e l'economia locale ne possa beneficiare. I cittadini potrebbero ottenere dei finanziamenti per costruire la propria app. In questo modo, per avere qualsiasi genere di informazioni relative al proprio quartiere o alla propria città, non si deve aspettare Google o scaricare le app distribuite su Google Store, ma ogni cittadino lo può fare direttamente con i dati prodotti e socializzati da altri cittadini su una piattaforma mediata direttamente dall'amministrazione comunale e non da aziende multinazionali che generano profitto su questi dati."

Come rendere gli utenti pienamente consapevoli di questa dimensione economica della loro socialità digitale? Come far capire che i dati da loro prodotti sono i mezzi di produzione del nuovo capitalismo? Mi verrebbe dare dire, retoricamente, quanto serva più educazione, ma quale?

Google finanzia programmi formativi di educazione ai media digitali. Sono sicuro che sul tema delle fake news introdurranno nuovi percorsi di sensibilizzazione. Il punto è come viene fatta l'educazione ai media e in che modo questa viene collegata a una cornice più ampia, così da formare alla consapevolezza dell'economia politica dei media digitali. Se ci si limita alle basi, si formano persone che non acquisiscono gli strumenti per pensare in termini complessi e cogliere la complessità dei processi in corso: sono educate a comportarsi da utenti e a pensare come utenti. È questa l'educazione ai media che voglio incoraggiare? No. Sono per il pensiero complesso e multimodale, e allora non dobbiamo abbandonare le domande basilari sui processi economici e politici. La comprensione del sistema dei media digitali, e con esso degli sviluppi industriali sull'intelligenza artificiale, sono molto più importanti dell'educazione ai media, che invece viene solo in un secondo momento.

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

