

## Le opinioni

## L'era del populismo tecnologico

Evgeny Morozov



**N**ell'agosto del 2014 Mike Bulajewski, un designer di Seattle con la passione per la psicanalisi, ha pubblicato uno studio affascinante in cui sostiene che il modo migliore per capire il forte attaccamento emotivo che aziende come Uber suscitano in alcuni utenti è considerarle culti religiosi. Come tutte le sette, queste aziende fanno appello al nostro istintivo bisogno di solidarietà e appartenenza, e promettono di dare un senso alle nostre vite. Dipingendo i loro detrattori come nemici dell'innovazione, le aziende tecnologiche giocano costantemente la carta della persecuzione, fino a quando i loro utenti, al pari dei fedeli di un culto, cominciano a comportarsi come lobbisti che difendono la loro chiesa startup.

Lo studio di Bulajewski aiuta a capire i recenti sforzi fatti dalle aziende tecnologiche per mobilitare i loro utenti. Stiamo assistendo alla nascita di un nuovo modo di fare lobby, in cui gli individui si fondono con gli algoritmi per neutralizzare ogni minaccia al loro culto. Pensate alla battaglia di pubbliche relazioni esplosa nell'estate del 2015 tra Uber e il sindaco di New York Bill de Blasio quando quest'ultimo ha cercato di limitare il numero di auto gestite da Uber in città. A Uber è bastato inserire nella sua app una scritta "Niente auto - Scopri perché?". Se si cliccava sulla scritta veniva spiegato che quel panorama senza auto sarebbe diventato realtà se de Blasio avesse vinto. L'utente veniva inoltre incoraggiato a scrivere un'email al sindaco direttamente dalla app. Alla fine de Blasio ha dovuto arrendersi.

Di recente anche Facebook ha adottato una tattica simile. Finita nei guai in India a causa della sua iniziativa Free Basics (che fa parte di un discusso progetto per dotare l'intero pianeta di accesso a internet), l'azienda ha chiesto agli utenti di "salvare Free Basics". Una volta effettuato l'accesso, gli utenti indiani trovavano un messaggio che conteneva un esposto precompilato con il loro nome. Bastava un clic per inviarlo al governo indiano.

Aziende come Uber e Facebook dispongono dei mezzi per scatenare un enorme movimento popolare e costringere qualsiasi governo a cedere. Facebook potrebbe andare anche più in là: manipolando i contenuti della sezione notizie potrebbe influenzare il nostro umore e renderci più inclini a sottoscrivere una particolare petizione. Con un simile potere non stupisce che queste aziende si comportino come sette. La loro religione è l'innovazione, e chiunque si metta di

mezzo è un eretico o un rappresentante di interessi non meglio specificati: i sindaci sono schiavi dei tassisti e degli alberghi, i governi se la fanno con le compagnie telefoniche e i tribunali europei sono servi dei mezzi d'informazione. In questa concezione dell'universo in cui tutto è già marcio e corrotto, l'unica fonte di purezza va ricercata nei seminterrati della California, dove infaticabili santi in felpa con il cappuccio ci aprono le porte del progresso.

**Aziende come Uber e Facebook dispongono dei mezzi per scatenare un enorme movimento popolare e costringere qualsiasi governo a cedere**

Dal punto di vista ideologico la Silicon valley sta occupando gli spazi tradizionalmente riservati ai populistici di destra. In un certo senso è l'equivalente cosmopolita e tecnologico del Tea party: il partito delle startup vuole convincerci che anche se in teoria il capitalismo funziona, in pratica le cose sono molto diverse. Le istituzioni pubbliche sono controllate dalle grandi aziende e il prezzo lo pagano i cittadini, con l'aumento dei costi dei trasporti e degli affitti e con le limitazioni su ciò che possono fare con i loro soldi e il loro tempo libero.

Da qui nasce la tesi della Silicon valley: se liberalizzeremo la maggior parte delle industrie e apriremo la porta agli innovatori, otterremo un calo dei prezzi, stimoleremo l'imprenditoria e risveglieremo le masse dal loro torpore, frutto di inutili interventi dei governi che hanno tolto responsabilità agli individui.

È interessante notare che le preoccupazioni della Silicon valley per la salute delle istituzioni sono simili a quelle dei contestatori populistici di sinistra. I partiti politici nati negli ultimi anni, come Podemos o il Movimento 5 stelle, ne sono la prova. Anche loro hanno sviluppato potenti macchine di comunicazione che gli permettono di mobilitare i loro sostenitori. Ma non condividono le idee individualiste e liberalizzanti della destra della Silicon valley né la concezione dello stato come semplice osservatore dell'eterna evoluzione provocata dalle compagnie tecnologiche.

I partiti tradizionali, d'altro canto, sembrano intrappolati in un groviglio di vincoli ed errori. Incapaci di allontanarsi dal modello neoliberista basato su riforme e privatizzazioni, non riescono a offrire una vera alternativa, mentre la Silicon valley si limita a portare alle estreme conseguenze la logica delle privatizzazioni e della flessibilità del lavoro.

La vera battaglia, quindi, è tra questi due populismi tecnologici, uno di destra e uno di sinistra. Chi controllerà la tecnologia per mobilitare le masse stabilirà i termini del dibattito politico. E questa è un'altra ragione per resistere al fascino della Silicon valley. ♦ as

**EVGENY MOROZOV**

è un sociologo esperto di tecnologia e informazione. Sta per uscire in Italia il suo nuovo libro, *Silicon valley: i signori del silicio*, pubblicato da Codice.