



L'influenza politica della Silicon Valley secondo Evgeny Morozov

Capitalismo + neoliberalismo = Facebook

di Gabriele Balbi

C'era una volta l'intelligenza collettiva "distribuita ovunque, continuamente valorizzata, coordinata in tempo reale, che porta a una mobilitazione effettiva delle competenze" (Pierre Levy, *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, Feltrinelli, 1996). C'era una volta la rete vista come laboratorio sociale entro cui esplorare, estendere e migliorare i confini delle nostre identità (Sherry Turkle, *La vita sullo schermo*, Frassinelli, 1997). C'era una volta (a Davos, nel 1996) la *Dichiarazione d'indipendenza del cyberspazio* in cui John Perry Barlow, rivolgendosi online ai governi mondiali, scrisse: "Non siete graditi fra di noi (...). Non avete alcun diritto morale di governarci e non siete in possesso di alcun metodo di costrizione che noi ragionevolmente possiamo temere. (...). Il cyberspazio non si trova all'interno dei vostri confini. Non pensate che esso si possa costruire come se fosse il progetto di un edificio pubblico. Non potete".

La visione ottimista e utopica del sublime digitale (Vincent Mosco, *The Digital Sublime. Myth, Power and Cyberspace*, The Mit Press 2004), almeno a partire dalla metà degli anni Duemila è stata progressivamente offuscata da una visione della digitalizzazione più cupa e a tratti apocalittica. Uno dei pensatori più influenti del nuovo paradigma è senza dubbio Evgeny Morozov, scrittore e accademico bielorusso che oggi lavora negli Stati Uniti e che si può già definire un classico vista la centralità sia dei suoi libri, tradotti anche in

italiano (*L'ingenuità della rete*, Codice, 2011, *Contro Steve Jobs*, Codice, 2012, *Internet non salverà il mondo*, Codice, 2014), sia di articoli apparsi sui periodici più influenti del mondo, spesso tradotti in Italia da "Internazionale".

L'ultimo agile volume pubblicato quest'anno da Codice raccoglie proprio alcuni articoli di Morozov apparsi sulla stampa internazionale nel 2013 e nel 2014, e s'intitola *Silicon Valley: i signori del silicio* (trad. dall'inglese di Fabio Chiusi, Torino, 2016, pp.151, € 13). La tesi principale è che la "rivoluzione digitale" non faccia altro che portare all'estremo lo spirito e le logiche del capitalismo, proponendo un'ideologia neoliberista che è incarnata alla perfezione dalle aziende americane della Silicon Valley quali Google, Facebook, Amazon, Apple e molte altre.

Secondo Morozov, questo processo ha conseguenze politiche, economiche e socio-culturali. Dal punto di vista politico, il neoliberalismo digitale nasconde alcune contraddizioni e difficoltà manifestate dai governi nazionali negli ultimi decenni. Se Facebook si dà il compito di connettere a internet paesi svantaggiati in America Latina, Asia o Africa, come prevede il progetto internet.org

ribattezzato in Free Basics, di fatto svolge un'attività politica che consiste nel fornire un bene ormai primario (al pari di luce, acqua, strade) ai cittadini. Cosa c'è di male in tutto ciò? Da un lato, il fatto che Facebook offra una versione limitata del web, di cui naturalmente l'azienda di Menlo Park è punto di partenza e centro. Dall'altro, è il fine a rappresentare un problema. Se i governi si danno un obiettivo d'inclusione sociale, Facebook o gli altri signori del silicio in cambio della connessione pretendono i dati personali di un'altra fetta di popolazione mondiale. Dati che possono essere agevolmente trasformati in preziose informazioni da vendere agli erogatori

di servizi di base (istruzione e sanità su tutti) e agli inserzionisti pubblicitari. In sostanza, scrive Morozov, "Facebook fornisce la connessione a quei paesi in cambio del diritto di monetizzare le vite dei loro cittadini una volta che guadagneranno abbastanza soldi".

I signori del silicio stanno poi cambiando anche il modo di fare impresa di compagnie private che all'apparenza operano in altri settori. Per esempio, le aziende di trasporto al tempo di Uber o gli editori al cospetto di Amazon si trovano schiacciati da nuovi modelli di business che si basano sull'architettura di poche e potenti piattaforme, sulla cosiddetta economia della condivisione (meglio conosciuta come *sharing economy*) e della valutazione dei prodotti, sulla quantificazione degli utenti stessi. Sono proprio aziende come Uber o Amazon a imporre nuove regole del gioco – cui altre compagnie devono sottostare per non soccombere – che passano attraverso le loro piattaforme. In questo modo si concentrano ingenti quantità di capitali e si creano strutture difficilmente sostituibili: la Silicon Valley, insomma, si prepara a sopravvivere a se stessa.

C'è infine una dimensione socio-culturale in cui lo strapotere dei signori del silicio si manifesta e condiziona la vita di tutti noi. Morozov la riassume nella monetizzazione e mercificazione delle più banali attività quotidiane. Facciamo qualche esempio. FitCoin è un'app che tiene traccia dell'attività fisica e consente agli utenti di ricevere offerte ad hoc da aziende sportive oppure servizi sanitari specifici in base alla condizione atletica. MonkeyParking condivide, anzi mette all'asta, parcheggi pubblici: alcuni autisti girano per le città al solo scopo di trovare un parcheggio, occuparlo e venderlo al miglior offerente che sta appunto cercando un posto auto. Shout è un'altra app che prenota tavoli nei ristoranti alla moda e poi li vende al miglior offerente. All'apparenza non sembrerebbe esserci niente di

male, anzi tutti sembrano democraticamente partire dallo stesso livello e vince il più rapido e chi può offrire più denaro. Ma in realtà, dice Morozov, in

queste piccole soluzioni quotidiane si annida l'estrema radicalizzazione del capitalismo. Nel capitalismo 1.0 "c'era qualcosa di confortante nel sapere che il manager di *hedge fund* doveva cercare parcheggio esattamente come doveva cercarlo un bidello". Il capitalismo digitale 2.0 elimina gli ultimi spazi che "non si piegavano ai ritmi della globalizzazione, ci assicuravano con l'idea che l'autonomia personale al di fuori della bolla del mercato fosse un obiettivo tutto sommato raggiungibile". Senza contare un ulteriore aspetto legato

alla privacy: più scegliamo di condividere i nostri dati, più questi sistemi ci profilano in maniera efficiente. È una forma di mercificazione del sé, perché siamo disposti a cedere dati sensibili in cambio di servizi più efficienti, economici e tagliati sui nostri desideri.

Il libro di Morozov ci invita insomma a fare un passo indietro: la costante connessione, la condivisione del nostro privato (e dei nostri dati), le offerte che "non possiamo rifiutare" non fanno altro che arricchire le aziende della Silicon Valley e perpetrare la loro logica di sfruttamento. Altro che intelligenza collettiva, altro che potenziamento della socialità, altro che cyberspazio come "luogo altro" dai classici stati nazionali. Il vento della rivoluzione digitale spira da luoghi precisi (la Silicon Valley americana), ingrossa specifici conti correnti (in dollari) e indirizza verso le logiche della più classica invenzione dell'Ottocento: il capitalismo. ■

gabriele.balbi@usi.ch

G. Balbi insegna media studies presso l'Università della Svizzera italiana