

Laura Sartori

Sorvegliati dal web

(doi: 10.1402/98064)

il Mulino (ISSN 0027-3120)

Fascicolo 4, luglio-agosto 2020

Ente di appartenenza:

Università di Bologna (unibo)

Copyright © by Società editrice il Mulino, Bologna. Tutti i diritti sono riservati.

Per altre informazioni si veda <https://www.rivisteweb.it>

Licenza d'uso

L'articolo è messo a disposizione dell'utente in licenza per uso esclusivamente privato e personale, senza scopo di lucro e senza fini direttamente o indirettamente commerciali. Salvo quanto espressamente previsto dalla licenza d'uso Rivisteweb, è fatto divieto di riprodurre, trasmettere, distribuire o altrimenti utilizzare l'articolo, per qualsiasi scopo o fine. Tutti i diritti sono riservati.

Sorvegliati dal web

Se quest'estate poteste andare al New Museum for Contemporary Art di New York City potreste ancora vedervi riflessi in uno specchio che riporta la scritta «Il selfie di oggi è il profilo biometrico di domani». L'opera del giovane artista Adam Harvey si inserisce in un filone di arte contemporanea che denuncia la costante sorveglianza cui siamo sottoposti con la diffusione di dispositivi tecnologici e suggerisce modi per sabotarla (tessuti placcati d'argento che riflettono le radiazioni termiche, dreadlock e montature a led per gli occhiali che rendono difficile, per esempio, il riconoscimento facciale). Shoshana Zuboff richiama alla fine del suo libro, *Il capitalismo della sorveglianza*, questa nuova linea di resistenza sociale che, col tempo, smetterà di essere un'area di attenzione ossessiva dell'avanguardia artistica per entrare nel dibattito pubblico. Come l'arte, anche Zuboff si sobbarca l'ingrato compito di rivelare e denunciare un fondamentale cambiamento consumato sulla pelle degli (quasi) ignari utilizzatori delle più recenti tecnologie. Essi diventano il centro della nuova attività – la sorveglianza – che «crea» valore: non più la terra o il lavoro, ma sono i dati a essere la nuova linfa vitale delle imprese che nascono e muoiono grazie alla loro capacità di sorvegliare e condizionare i consumatori, estrarre e sfruttare i «loro» dati. La pervasività della sorveglianza, come declinazione del capitalismo contemporaneo, spinge sempre più un «bisogno di invisibilità», colto in anteprima dall'avanguardia artistica, che ci avvicina anche al secondo libro qui in discussione.

Nel suo *I labirinti della sorveglianza informatica* Matteo Giglioli ricorda come nella società dell'informazione di oggi vi sia una «gestione asimmetrica della visibilità» dovuta, da un lato, al superamento della classica distinzione tra sfera pubblica e privata e, dall'altro, all'idea di sorveglianza come «terreno di scontro tra interessi e preferenze» di attori diversi (governi, aziende e privati cittadini). Gli emergenti processi di visibilizzazione, alimentati e spinti dall'uso capillare dei social media, tanto nel mondo del lavoro quanto nel tempo libero, hanno reso meno netta la linea di confine tra pubblico e privato in un contesto di «sorve-

glianza informatica» che fa emergere strategie e competenze stratificate degli attori coinvolti.

Al primato del palcoscenico sul retroscena, si affiancano controstrategie per la ricerca di oscurità, anonimato e invisibilità che, attorno al principio di «autodeterminazione informativa», ridefiniscono il terreno del dibattito sulla privacy. Proprio l'invisibilità, cioè la capacità tecnica di sfuggire alla sorveglianza, è il punto di contatto tra Zuboff e Giglioli che, da prospettive e con intenti molto diversi, affrontano l'(in)capacità dei cittadini di gestire e fuggire l'apparato della sorveglianza diventato il sistema tecnologicamente pervasivo di oggi. In un certo modo, entrambi gli autori incitano a una qualche forma di «resistenza civile». A questo scopo, Zuboff usa le sue 500 pagine per offrire una dettagliata descrizione dei «padroni del sistema», tutta incentrata su Google, quale archetipo aziendale del capitalismo della sorveglianza. Giglioli, invece, cerca di mettere a fuoco le relazioni tra gli attori coinvolti, alternativamente come bersagli o come agenti, in un gioco strategico per il bilanciamento dell'equilibrio tra riservatezza e sorveglianza. Adattando l'espressione di Luigi Einaudi sull'impossibilità di deliberare senza conoscere, possiamo dire che questi due libri, uniti al volume di Hindman, *La trappola di Internet*, sono contributi alla necessaria «conoscenza» che, soprattutto per gli attori più deboli dalle competenze più stratificate e diversificate, si devono avere nell'uso delle meraviglie tecnologiche oggi disponibili e nella gestione dei dati personali.

Il libro di Zuboff è estremamente ricco di esempi che facilmente raggiungono una audience più ampia, facilitando il compito di divulgazione a largo spettro. Dalle smart city a PokemonGo, da Alexa e Siri a MyFriendCayla, non mancano gli esempi di oggetti e applicazioni che sono facilmente usufruibili o acquistabili, di cui raramente approfondiamo le caratteristiche oltre al dettaglio tecnico che ci spinge all'acquisto. MyFriendCayla, una bambola parlante oggi messa fuori mercato in Germania ma ancora in vendita negli Stati Uniti, ha la caratteristica di agire interattivamente con i suoi baby-utilizzatori. Le cause intentate contro il produttore denunciano la capacità di connessione via bluetooth della bambola ai cellulari dei genitori, di cui possono accedere a telecamera e contatti, irrilevanti al fine dell'uso. Le conversazioni tra bambini e ciò che accade nella stanza, che questo giocattolo rileva, vengono registrati e trasformati in testo da un'impresa terza per analisi di mercato che riescono a estrarre da questi «brandelli di dialogo» informazioni sufficienti per suggerimenti e per la profilazione del cliente.

Un altro giocattolo-spia, ben più diffuso e in apparenza altrettanto innocuo, è Alexa di Amazon, in grado di apprendere da ciò che riesce

ad ascoltare e registrare. Oltre a eseguire i nostri ordini (accendi o spegni le luci, il riscaldamento, il servizio di irrigazione), Alexa è progettata come un sistema vocale simile al telefono all'interno di un ecosistema che cattura le nostre abitudini per estrarne dati in un processo definito di «renderizzazione dal profondo». Cerchiamo ora di capire cosa è e perché questo processo è problematico e allarmante.

La renderizzazione del profondo si rifà alla necessità competitiva per le aziende del capitalismo della sorveglianza di individuare nuove fonti di valore, ovvero di dati. Da sempre la nostra vita personale, le nostre abitudini e le nostre preferenze sono un terreno chiave per le aziende, ma sotto il mantello della sorveglianza elettronica diventano fonti molto più accessibili e ricche, perché offrono quel «surplus comportamentale» alla base del nuovo paradigma di estrazione del valore. Alla base di tutto c'è il «ciclo dell'esproprio», cioè una sequenza prevedibile delle fasi di incursione, assuefazione, adattamento e reindirizzamento. In sintesi, prima avviene un'incursione in uno spazio indifeso (come un telefono, un laptop, una pagina web, una mail scritta a un amico), cui segue, dopo una fase di indignazione e protesta di una limitata fascia di popolazione, l'assuefazione alle nuove pratiche di sorveglianza un po' per rassegnazione, molto per ignoranza.

Se le proteste hanno minimamente successo, le grandi aziende (come Google e Amazon) apportano modifiche superficiali, adattamenti efficaci per rispondere alle richieste dell'opinione pubblica, senza intaccare il funzionamento complessivo che, nel frattempo, reindirizza le proprie pratiche verso un miglioramento del ciclo dell'esproprio. I casi di Gmail che già nel 2004 scansionava automaticamente le mail per ottenere un surplus comportamentale o di PokemonGo quale gioco-escamotage per superare le barriere fisiche alla mappatura degli spazi privati sembrano quasi ingenui se pensiamo a ciò che Amazon, Facebook o Microsoft possono oggi compiere. Basti pensare all'idea di Facebook di far pubblicare due foto a dieci anni distanza per il «Ten year challenge» nel 2019: un modo di raccogliere dati con cui allenare il proprio sistema di intelligenza artificiale mascherandolo da gioco. Tra l'altro, la fase di adattamento può essere connessa a ciò che Giglioli chiama «ipocrisia dello status di sorvegliati», cioè quella contraddizione tra la consapevolezza della sorveglianza e un'azione senza modifiche sostanziali, uguale a sé stessa. Come fanno le aziende tech a implementare questo ciclo?

Non solo attraverso le economie di scala dei big data, ma anche attraverso economie di scopo e di azione. Le prime si «estendono» coprendo i comportamenti dal mondo virtuale a quello reale e, contemporaneamente, vanno in «profondità» estraendo dati dalle sfere più

intime della vita quotidiana. Le seconde hanno l'obiettivo di fornire «risultati garantiti» attraverso modifiche di comportamenti di individui, gruppi o intere popolazioni, perché il mercato dei dati spinge verso nuove forme di concorrenza.

A questo fine si usano le tecniche di *tuning*, *berding* e *conditioning*. Dal classico *tuning* che gentilmente spinge verso una certa scelta (nelle mense scolastiche si posiziona in prima fila la frutta e in fondo il dolce) all'*berding* che controlla in modo più deciso il contesto in cui l'individuo sta compiendo un'azione (la sedia che vibra se si sta troppo seduti o il frigo che non si apre se si supera una certa quantità di cibo) per chiudere con la tecnica più potente – il *conditioning* – che, imponendo e rinforzando, modifica il comportamento e realizza su scala umana il laboratorio del famoso psicologo comportamentista B.F. Skinner. Ciò è fondamentale perché fornire soluzioni ai bisogni dei consumatori attraverso specifici beni e servizi è meno remunerativo che vendere previsioni azzeccate sui loro comportamenti.

Zuboff non improvvisa la sua analisi, non formula una critica a priori al capitalismo, ma, radicando la sua conoscenza del mondo tecnologico nei primi anni Ottanta, muove una critica alla forma specifica di capitalismo che definisce come «capitalismo della sorveglianza». Anche se non sempre chiara in proposito, l'autrice non sviluppa una critica al capitalismo *tout court*: vuole salvare il mercato dal capitalismo della sorveglianza, che rappresenta sì un ordine economico nuovo, ma in continuità col modello capitalistico che ben conosciamo. Anche chi è critico contro Zuboff riconosce che i dati sono il nuovo asset di produzione economica che non rinuncia alle tendenze monopolistiche, premiando chi per primo ha capito come sfruttare i «dati di scarto» un tempo considerati spazzatura (brandelli di conversazione, testi-ombra). Google ha capito prima di altri come sfruttare i residui delle nostre ricerche online (il tempo impiegato, la punteggiatura, la localizzazione) aprendo le porte ai like di Facebook che sono più remunerativi e informativi di un post. Il messaggio di Zuboff è chiaro: l'automazione dei flussi di informazioni cresciuta negli ultimi 15 anni ha portato a una progressiva nostra automatizzazione nel loop perfetto del ciclo di esproprio dell'esperienza umana nella sua complessità.

Qui il libro di Giglioli chiarisce quale sia l'obiettivo delle società dell'informazione quando le guardiamo nella loro veste di «società panottiche». Dopo l'esposizione di diversi paradigmi della sorveglianza (panottico, venatorio, etnografico, classificatorio), si avanza l'idea che il fine ultimo sia la normalizzazione della sorveglianza. Riuscire a rendere accettabile un regime permanente di trasparenza universale sostituisce le finalità classiche di disciplinamento delle masse secondo progetti pa-

nottici utopistici e si salda bene con l'ecosistema immaginato per caso ma implementato coscientemente dalle tech company. Questa combinazione di assetti e finalità sembra avere un'importante esternalità, ovvero l'erosione della fiducia verso i detentori degli archivi di dati. Per ora, e proprio in virtù della fase di reindirizzamento, le principali aziende private sono riuscite a preservare il loro capitale reputazionale, anche se scandali come quello di Cambridge Analytica hanno colpito, almeno in parte, l'opinione pubblica.

Su questo labile confine tra obiettivi dichiarati e comportamenti effettivi non solo si gioca la partita di cittadini e consumatori ma anche del futuro della rete e di Internet. Il libro di Hindman si inserisce proprio nella contrapposizione non più eludibile anche tra il grande pubblico di un Internet «immaginario» e un Internet «reale». Nel primo ritroviamo lo spirito libertario, comunitario e collettivo degli anni Sessanta e Settanta del Novecento, mentre il secondo è proprietario, elitario e diseguale. Paradossalmente, la cultura hacker e dell'open source ha ancora seguito nell'immaginare, forse romanticamente, Internet come un bene pubblico, contribuendo a legittimare un mondo ben diverso, dove pochi monopolisti si dividono il mercato creato dai software e dalle piattaforme per la conquista dell'attenzione del pubblico. Se nella prima metà degli anni Duemila i tecnoentusiasti non facevano che notare il potenziale per la democratizzazione nella produzione e circolazione delle informazioni, oggi lo scenario cui assistiamo è diverso, anche se tentativi più o meno riusciti di manipolazione (per esempio, Brexit ed elezioni americane del 2016) non sono riusciti ad aprire un varco nell'opinione pubblica come avrebbero potuto, anche a causa dell'azione congiunta della fase di assuefazione e dell'obiettivo di normalizzazione. Per aumentare la consapevolezza e, quindi, la conoscenza di come funziona il mondo in cui viviamo, Hindman propone di reintrodurre, non solo nel contesto americano, politiche antitrust che aiutino a limitare il potere e la posizione di mercato dei *tech giant* che possono alterare lo scenario democratico per cittadini e consumatori.

In altri termini, per usare le parole del fondatore di Google Larry Page, non è (più) vero che «la concorrenza è a un click di distanza», perché gli imprenditori individuali e le piccole aziende non riescono a entrare in un mercato allestito per favorire i grandi grazie alla *stickiness* dei software (sostanzialmente quel meccanismo di *lock-in* per il quale una volta che entri nel sistema di Apple difficilmente compri un cellulare o un computer Samsung). Zuboff e Hindman ricordano ancora una volta e con sfumature diverse l'ammonimento dell'artista-hacker Jason Lanier «If it is free, you are the gadget». In un mondo dove la sorveglianza si è fatta sistema, assecondando i più caratteristici tratti del

capitalismo di concentrazione di potere e ricchezza, i tre autori che qui abbiamo considerato danno un contributo a diffondere informazione e conoscenza, il primo passo necessario per riequilibrare un ecosistema che può seriamente mettere in discussione la democrazia per come la conosciamo.

.....

M. Giglioli, *I labirinti della sorveglianza informatica*, Bologna, Il Mulino, 2020.

P. Hindman, *La trappola di Internet*, trad. it. Torino, Einaudi, 2019.

S. Zuboff, *Il capitalismo della sorveglianza*, trad. it. Roma, Luiss University Press, 2019.

.....
Laura Sartori è professoressa associata di Sociologia generale all'Università di Bologna. Nel triennio 2018-2020 ha diretto la rivista «Polis». Con il Mulino ha pubblicato *La società dell'informazione* (2012) e *Il divario digitale. Internet e le nuove disuguaglianze sociali* (2006).