

Geert Lovink lancia la sua accusa: «Siamo costretti a produrre dati: i social media sfruttano le conversazioni per il business. Le alternative sono lontane dagli algoritmi»

«C'è vita anche oltre il nichilismo digitale»

Giampaolo Colletti

«S

iamo costretti a produrre dati ogni volta che accediamo in internet o mettiamo un «mi piace» su Facebook. Oggi anche quando facciamo una passeggiata nel parco, produciamo dati man mano che la nostra posizione viene tracciata. È impossibile non alimentare la macchina. Siamo sempre connessi, catturati dalle app che amiamo e che hanno preso il sopravvento sulle nostre vite». Così descrive il doppio vincolo di questi anni «liquidi» Geert Lovink, a capo dell'Institute of

sibilità di appello. «I social hanno intrecciato conversazioni molto personali e intime, legandole a impegni pubblici con *influencer* e mezzi di trasmissione tradizionali. Sta a noi uscire da questo labirinto. D'altronde il dramma dei social che stiamo vivendo - basti pensare al Facebook Live nel massacro di Christchurch di pochi giorni fa - non verrà modificato con filtri, moderazione di contenuti o algoritmi, come promuove la ricetta della Silicon Valley. Ecco perché sarebbe meglio abbandonare quanto prima Facebook e Google e individuare alternative europee».

Connessi e sconnessi

Connessi e al tempo stesso sconnessi. Distratti, inconsapevoli, forse illusi di essere padroni di un destino che ci vede teleguidati dai colossi del digitale. Protagonisti di un passaggio da consumatori a produttori critici. E soprattutto esposti inesorabilmente a un'inflazione informativa. Così il digitale non si limita a mescolarsi alla quotidianità, ma la influenza. Dal culto del selfie col suo «disegno della maschera» alla politica dei meme. Per Lovink si va verso una nuova forma di alienazione sociale: dati e sistemi di sorveglianza orientano i comportamenti di massa.

Un bandolo della matassa difficile da dipanare. Lo aveva messo in copertina qualche mese fa persino l'*Economist*, con i giganti americani dell'*hi-tech* disegnati come moderni titani. Per la testata inglese siamo negli anni della Data Economy, con il petrolio del XXI secolo rappresentato dai dati che cediamo alle piattaforme digitali. Secondo Lovink anche per questa ragione siamo in una fase regressiva di internet. «Come singoli utenti non penso che possiamo fare molto. E non abbiamo nemmeno bi-



Esperto di nuovi media. Geert Lovink, 59 anni, è fondatore e direttore dell'Institute of Network Cultures all'Università di Amsterdam e professore alla European Graduate School

sogno di una cultura che possa cancellare pezzi di socialità, come per esempio eliminare Michael Jackson da Spotify o Kate Perry da Instagram. È molto meglio promuovere un vero e proprio esodo, coinvolgendo tutti. Ma questa partita di rivincita la possono giocare soprattutto le aziende. Auspico l'inizio di un boicottaggio pubblicitario di Facebook e Google da parte proprio dei brand italiani», puntualizza. D'altronde per questo teorico dei media la comunicazione è guidata principalmente da desideri inconsci e legami sociali. «Abbiamo bisogno di un dibattito pubblico e di una consultazione che interagisca strettamente con la produzione del codice. È tempo di agire».

Designer di internet

Anche l'individuo assume un ruolo attivo, ma per farlo deve diventare critico. «Non dovremmo abbandonare la tecnologia, ma politicizzarla, diventare ancora più coinvolti, ma stavolta come designer, non come utenti intorpiditi. Noi europei dobbiamo prendere in mano il nostro destino comune e ridefinire le architetture di comunicazione vitali lungo i nostri valori, escludendo sia la Silicon Valley libertaria sia i modelli totalitari cinesi. L'Italia giocherà un ruolo importante, soprattutto se non aspetterà Francia o Germania, entrambi profondamente indietro nel disegnare un'industria europea di internet». Così il percorso si può invertire. E questo nichilismo digitale può lasciare spazio a possibili architetture alternative fondate su una decentralizzazione delle reti e sulla nozione di beni comuni digitali.

«Non si tratta solo di Bruxelles che deve regolamentare: dobbiamo ricostruire internet da zero insieme. Tutto ciò di cui abbiamo bisogno è la nostra immaginazione collettiva tradotta in



software e protocolli. Abbiamo bisogno di spazi di comunicazione privi di algoritmi e intelligenza artificiale. Gli utenti non hanno bisogno di raccomandazioni da macchine quasi neutre programmate in modi opachi. Torniamo alle nozioni di base e spogliamo le nostre app da tutte queste funzioni complesse che alla fine non ci servono».

Codice aperto

Ma attenzione. Per Lovink oggi la consapevolezza degli utenti è irrilevante. «Dovremmo smettere di incolparci l'un l'altro per questa situazione. Non diventi complice perché sei ancora su Instagram. Occorre invece aprire il dibattito su come la logica della piattaforma stessa può essere smantellata e su come possiamo costruire alternative che siano locali e significative e nell'ambito del nostro controllo».

Anche perché su un punto Lovink è categorico: in nessun modo possiamo fidarci di aziende come Google e Facebook quando si tratta di privacy, dato che è stato il loro business di vendita dei dati a terzi a ridurci così. «Questo porta alla necessità di tutela dei nostri dati. Invece di lamentarci di una violazione costante, dovremmo iniziare da zero a riprogettare i nostri hardware e software. Così i dati che inevitabilmente produciamo non abbandonano i nostri dispositivi, ma sono legati strettamente a noi. Una sorta di «*privacy by design*», consapevoli che l'apertura dei codici e delle informazioni migliora la vita: lo vediamo nell'assistenza sanitaria, nei dibattiti pubblici, nelle informazioni accademiche. Dobbiamo riappropriarci di questa centralità».

Un nuovo umanesimo della rete è allora possibile ancora, tra le pieghe di un digitale che ha perso la sua ragion d'essere.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«I media sociali sono nati per tenerci lontani dal paradigma dei consumi: recuperare i beni comuni e le reti decentrate»

Network Cultures all'Università di Amsterdam e docente alla European Graduate School, uno dei massimi studiosi contemporanei dei media.

Per Lovink - che si appresta a uscire in libreria con «*Nichilismo digitale*» - viviamo in quella che possiamo definire una «Like Economy»: «Questo è il motivo per cui non esiste un modo passivo per utilizzare lo smartphone. Il paradosso è che i media sociali interattivi all'inizio sono stati progettati proprio per portarci lontano dal paradigma del consumo». Dalle pagine del suo nuovo libro lancia un'accusa chiara all'indirizzo dei colossi *hi-tech*. Mettendoli sul banco degli imputati, senza pos-



«Nichilismo digitale. L'altra faccia delle piattaforme» di Geert Lovink, Boccioni Editore, 22 euro. In uscita il 28 marzo