

Fb-Cambridge Analytica per dominio mondo

Il saggio di Zamperini, esperto di brand journalism



- Francesco De Filippo - TRIESTE

30 marzo 2018 12:19 - NEWS

"Facebook è il luogo delle nostre emozioni, e come si vendono automobili e detersivi, così si possono vendere stati d'animo.

Basta costruire post verosimili o anche fasulli, non è importante, purché alimentino la rabbia, il risentimento e avvelenino i pozzi della politica. La risposta di Cambridge Analytica è a quel punto indirizzare con chirurgica precisione gli antidoti in forma di candidati e partiti politici". Nicola Zamperini, giornalista e consulente per le strategie digitali di grandi aziende e istituzioni, nel suo "Manuale di disobbedienza digitale", spiega con chiarezza i meccanismi che si scatenano dietro il nostro semplice 'clic' o 'mi piace'.

Il libro non parla della vicenda Cambridge Analytica - lo ha fatto rispondendo all'ANSA in merito - ma, tra l'altro, ha un prezioso 'Ennalogo': consigli per depistare le grandi "meta-nazioni digitali" come Facebook. Perché, non potendo ormai vivere in una società occidentale senza la caratteristica di essere 'social', Zamperini indica accorgimenti e azioni che evitino almeno di consegnarci senza condizioni alle techno-corporation.

Perché la situazione è molto semplice: "La democrazia oggi deve fare i conti con soggetti come Facebook: spazi digitali in cui milioni, miliardi di persone trascorrono una parte importante della loro vita, intrecciano relazioni, trovano lavoro, piangono la scomparsa dei propri cari, governati da sovrani attraverso leggi, gli algoritmi, invisibili". Degno di scenari apocalittici della più banale fantascienza di cassetta, il Gafa (Google, Amazon, Facebook, Apple; e Microsoft) impera e, secondo Zamperini, sta terminando la fase di acquisizione dati degli abitanti del pianeta ed ha avviato la seconda, quella della

gestione. Dunque, come reagire? Con la consapevolezza, risponde Zamperini. "Ogni sei mesi controllate la cronologia delle vostre ricerche passate su Google o i vostri dati personali da Fb e vedete l'effetto che fa". E, come si fa per far perdere le nostre tracce a un inseguitore, "fate ogni giorno una ricerca con parole casuali su Google", oppure, "quando pubblicate foto su Instagram aggiungete hashtag che non c'entrano nulla col vostro scatto". Piccoli espedienti che confonda la "macchina", modifiche le rotte, alteri i totali.

Zamperini, che insegna Digital Literacy ai professionisti della sanità, nel saggio servendosi anche di colti richiami alla letteratura e alla cinematografia, mette in guardia in modo non fondamentalista ma accorto e ricapitola l'humus culturale nel quale il mondo digitale è nato e si è sviluppato: quel 'burning man', ritrovo annuale nel deserto statunitense del Nevada. Un raduno che voleva essere un drastico ed episodico ritorno alla natura, quasi un corso di sopravvivenza, animato dagli echi del 'peace & love' post-hippy in versione techno. Persone generose che in una visione utopistica hanno democraticamente condiviso con la comunità dell'accampamento piccole scoperte digitali, nuove apparecchiature informatiche costruite nei garage, nella speranza di un mondo migliore. Idee che qualcun altro ha trasferito da quella sorta di 'Woodstock senza musica' ai democratici laboratori della Silicon Valley ed ai furbi uffici marketing di New York decretandone la commercializzazione su scala planetaria e successivamente il suo spregiudicato utilizzo. Ma lì dove c'è qualcuno che governa e decide, ci sono altri che lasciano governare e prendere decisioni: Zamperini cita John Maxwell Coetzee de "essere sedotti è parte di un piacere in se" ed Etienne de la Boetie degli uomini sotto il giogo, "incantati e affascinati dal solo nome di uno". Insomma, ammonisce Zamperini, "nessuno può fino in fondo sfuggire al tentacolo dell' algoritmo e delle macchine", ma si può evitare che questo ci stritoli. (ANSA).