

Il docudrama «The Social Dilemma» di Jeff Orlowski e il libro «La valle oscura» di Anna Wiener si confrontano sulle implicazioni etico-sociali dell'impiego della tecnologia della Silicon Valley, ma i protagonisti di questa riflessione sull'inconsistenza culturale del più importante fenomeno digitale del Duemila peccano di autocritica: alla fine tutto si risolve in un processo di autoassoluzione

DOPPIO DILEMMA

di **MASSIMIANO BUCCHI**

Si è parlato molto, negli ultimi tempi, del docudrama *The Social Dilemma* di Jeff Orlowski per Netflix e delle sue "rivelazioni" sull'industria dei social media a partire dalle testimonianze di alcuni dei suoi protagonisti: ex pezzi grossi di Facebook (tra cui il co-inventore del famigerato "like button", Justin Rosenstein), Twitter e Google.

Al di là della qualità specifica del film, l'occasione è significativa anche per comprendere come l'industria dei social media si autorappresenti, perché lo faccia in questo modo e proprio in questo momento storico.

A comprenderlo ci aiuta un libro pubblicato quasi contemporaneamente al documentario Netflix: *La valle oscura* di Anna Wiener (Adelphi). Nel titolo originale, *Uncanny Valley*, il riferimento alla Silicon Valley è più marcato; quello italiano richiama la selva oscura dantesca.

La Wiener, a differenza degli intervistati di *The Social Dilemma*, non ha avuto un ruolo di primo piano nella crescita impetuosa dei colossi dell'economia digitale. Proveniente da un'agenzia letteraria, senza un background in informatica, ha lavorato per tre anni, dal 2013 al 2016, in una start up della Silicon Valley, duran-



Peso: 85%

te quella che definisce “l'alba dell'era degli unicorni — le start up valutate, dai loro investitori, più di un miliardo di dollari”. «A seconda della persona con cui parli, quello fu l'apice» scrive «il punto di flesso o l'inizio della fine per la scena delle start up della Silicon Valley».

Che cosa hanno in comune film e libro? In primo luogo, il fatto che si tratta di sguardi critici “dall'interno”.

In una fase in cui la credibilità e la reputazione (anche se non il business) di queste aziende ha subito duri colpi a seguito di vicende come quella di Cambridge Analytica, questi sguardi assomigliano molto a una sorta di autocritica preventiva. Una risposta strategica abbastanza comune, che mira forse a dimostrare la capacità di riconoscere i propri limiti ed errori prima che lo facciano, magari più severamente, gli altri. Le interviste di *The Social Dilemma* si presentano spesso come vere proprie confessioni autoassolutorie: abbiamo sbagliato sì, ma non sapevamo, non pensavamo, non immaginavamo...

C'è, in questo, un piccolo elemento di verità. L'innovatore non è mai completamente consapevole dell'impatto e perfino dell'uso specifico che verrà fatto della propria innovazione. La storia della tecnologia ne offre numerosi esempi. Il cinema non era nato come mezzo di intrattenimento ma come strumento di documentazione (ancora vent'anni dopo, i fratelli Lumiere consideravano lo spettacolo cinematografico “un accidente”).

Thomas Edison pensava che il fonografo, l'antenato del giradischi, fosse uno strumento per il lavoro d'ufficio per dettare lettere e disposizioni. Lo stesso Mark Zuckerberg, lo si capisce bene anche dal ben più denso e drammatico film sugli inizi di Facebook *The Social Network* (2010), non aveva affatto compreso appieno la portata e le potenzialità della sua idea.

Ma questo che cosa dimostra? Non certo l'innocenza e la neutralità di tecnologie come i social media. Né tantomeno assolve bonariamente chi ci ha costruito le proprie fortune. Anzi, casomai ne aggrava la fragilità e l'inconsistenza culturale.

Nel film *Netflix*, gli utenti dei social media vengono un po' melodrammaticamente paragonati a tossicodipendenti, senza però trarre tutte le conseguenze di questa analogia. Infatti lo spacciatore è perfettamente consapevole di ciò che vende e della sua pericolosità; questi giovanotti, a credere



Peso: 85%

alle loro dichiarazioni, no. Pare che si accorgano adesso, e si stupiscano, della dipendenza che questi strumenti creano, quando poi loro stessi ammettono che si tratta di strumenti congegnati proprio per creare dipendenza.

Questa inconsistenza culturale è messa a nudo in modo impietoso, perfino con una punta di compiacimento, dalla Wiener. Gli uffici con tavolo da ping-pong e bibite a disposizione, i vestiti di flanella, la tazza per il caffè appesa allo zaino: più che alla valle a cui tutto il mondo guarda(va) come a un modello e all'ennesima incarnazione del un sogno capitalistico, quella descritta dalla Wiener assomiglia più a una vita da nerd tanto frenetica quanto noiosa, così incolore da non riuscire a diventare nemmeno una vera subcultura.

Il tratto centrale e più inquietante che emerge da entrambi i resoconti è la totale autoreferenzialità di questa "classe creativa": a nessuno sorge mai il sospetto che ci sia un mondo là fuori. Tutto nasce e muore nella valle, lì si crea e lì si distrugge: ecco così bell'e pronta la formula assolutoria in forma in slogan preconfezionato («Se non paghi il prodotto sei tu», eccetera).

La demonizzazione dei social offerta allo

spettatore di *The Social Dilemma*, oltre che anacronistica e impraticabile, non è meno apocalittica ed ottusa della retorica trionfalistica e "disruptive" di qualche anno fa. «Chiedi perdono, non il permesso» è il motto che viene inculcato alla Wiener quando entra nel mondo delle start up.

Non si prende nemmeno in considerazione la possibilità che l'utilizzatore possa fare di queste tecnologie un uso consapevole o diverso da quello per cui sono state progettate. Né ci si chiede se l'esplosione di queste tecnologie sia dovuta anche al loro incontro con tendenze e cambiamenti sociali, oltre che

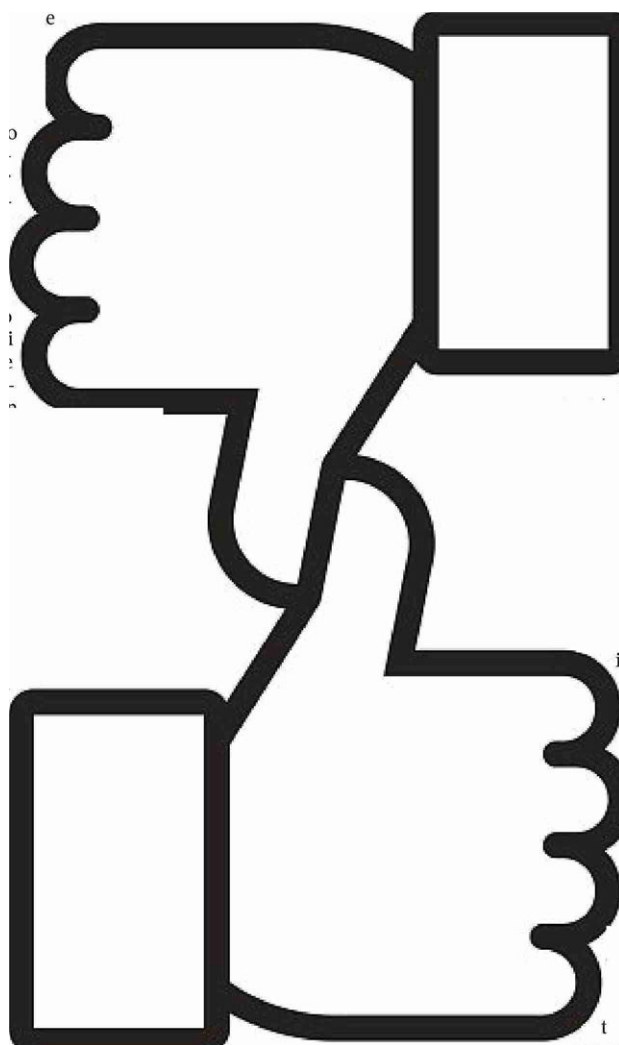
con la mancanza di visione e comprensione da parte della politica.

Come siamo cambiati per abbracciare così acriticamente questi strumenti, per accogliere la continua celebrazione di sé e la "pulsantizzazione delle emozioni" (che va ben oltre l'invenzione del like); per scuotere compulsivamente lo smartphone come un giocatore d'azzardo fa con la slot machine, o per far scandire la nostra vita dalle notifiche?

Questo è il vero "social dilemma" a cui né il film di Netflix, né il libro della Wiener, prestano la benché minima attenzione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**L'innovatore
non è mai del tutto
consapevole
dell'uso che verrà
fatto della propria
innovazione**



Peso: 85%