

Il nemico numero uno di Facebook

Carole Cadwalladr, The Observer, Regno Unito

Chi è l'uomo che ha avuto l'idea di usare i dati di milioni di utenti del social network per influenzare gli elettori negli Stati Uniti e nel Regno Unito. E perché ha deciso di rivelare tutto. L'inchiesta dell'Observer

La prima volta che ho incontrato Christopher Wylie non si era ancora tinto i capelli di rosa. Gli avevo già parlato al telefono per ore, tutti i giorni: sembrava intelligente, buffo, perfido, profondo, curioso, interessante. Un affabulatore nato, un appassionato di politica, un nerd dei dati. Quando è arrivato a Londra dal Canada, era tutte queste cose in carne e ossa. E la carne e le ossa erano incredibilmente giovani. Aveva 27 anni (ora ne ha 28), una cosa che mi è sempre sembrata in contraddizione con quello che ha fatto. Wylie potrebbe aver avuto un ruolo cruciale negli sconvolgimenti politici del 2016. Come minimo, ha svolto un ruolo significativo. A 24 anni ha avuto un'idea che ha portato alla nascita della Cambridge Analytica, un'azienda specializzata nell'analisi dei dati che è stata fondamentale nella campagna per il referendum britannico sull'uscita dall'euro, la cosiddetta Brexit, e nelle attività online della campagna elettorale di Donald Trump. In altre parole Wylie è, come dice lui stesso, il canadese gay e vegano che in qualche modo ha creato "lo strumento bruciacervella della guerra psicologica di Steve Bannon".

Nel 2014 Bannon era il capo di Wylie.

All'epoca era il presidente di Breitbart News, un sito d'informazione di estrema destra. E Robert Mercer, un miliardario statunitense finanziatore del partito repubblicano, era l'uomo che aveva investito nella Cambridge Analytica. L'idea in cui credevano Bannon e Mercer era introdurre i big data e i social network in una metodologia militare già collaudata e poi usarla con l'elettorato statunitense. Wylie aveva avuto quell'idea e l'ha realizzata.

Nel maggio del 2017 ho scritto un articolo in cui illustravo i legami tra la Brexit, Trump e la Russia. Wylie era una delle poche persone che mi aveva fornito delle prove. Lo avevo rintracciato in Canada attraverso un altro ex dipendente della Cam-

Wylie è, come dice lui stesso, il canadese gay e vegano che ha creato "lo strumento bruciacervella della guerra psicologica di Steve Bannon"

bridge Analytica: era assalito dai rimorsi, pensieroso, indignato, confuso. "Finora non ne ho parlato con nessuno", mi aveva detto. Poi non aveva più smesso di parlare.

In quel periodo Bannon era già diventato il principale consigliere di Trump. L'azienda madre della Cambridge Analytica, la Scl, aveva ottenuto dei contratti dal dipartimento di stato americano e puntava al Pentagono. Wylie era fuori di sé. "È una follia", mi aveva detto una sera. "L'azienda ha tracciato i profili psicologici di 230 milioni di statunitensi. E ora vuole lavorare con il Pentagono? È come Nixon sotto steroidi".

Alla fine mi aveva mostrato dei documenti sui meccanismi segreti dietro la Cambridge Analytica. Questo mi ha permesso di vedere da un'altra prospettiva gli eventi del 2016. Ho visto come Facebook sia stato dirottato e manipolato per diventare un campo di battaglia, una rampa di lancio per quello che è stato un attacco straordinario alla democrazia negli Stati Uniti.

A 24 anni, mentre studiava per un dottorato sulle previsioni nel campo della moda, Wylie aveva ideato un piano per raccogliere i profili Facebook di milioni di statunitensi e usare le loro informazioni private e personali per tracciare sofisticati profili psicologici e politici. L'idea era di bersaglia-

re ogni utente con messaggi politici costruiti in base alla struttura psicologica individuale. “Siamo riusciti a ‘scassinare’ Facebook”, dice Wylie. E lo aveva fatto per conto del suo nuovo capo: Steve Bannon.

“È giusto affermare che avete hackerato Facebook?”, gli chiedo una notte.

Lui esita. “Voglio sottolineare che lo ritenevo assolutamente lecito e legale”.

Accordo di riservatezza

Uscire allo scoperto comporta rischi enormi. Wylie sta violando un accordo di riservatezza e potrebbe essere trascinato in tribunale. Sta tradendo la fiducia di Bannon e Mercer. Ci ha messo un anno per individuare un posto dove gli fosse possibile farsi avanti. Un anno in cui la Cambridge Analytica è stata oggetto di indagini sulle due sponde dell'Atlantico: quella del direttore dell'Fbi Robert Mueller negli Stati Uniti (sulle ingerenze russe nella campagna elettorale per le presidenziali statunitensi del 2016) e quelle della commissione elettorale e dell'ufficio del commissario per l'informazione nel Regno Unito, entrambe avviate nel febbraio del 2017. È stato anche un anno in cui Wylie ha fatto del suo meglio per riavvolgere il nastro e disfare il meccanismo che lui stesso aveva messo in moto. All'inizio di marzo ha presentato un dossier all'ufficio del commissario per l'informazione e all'unità di cibercriminalità dell'agenzia britannica per la criminalità. Ora ha la possibilità di prendere posizione pubblicamente: il nerd che venne dal freddo.

Ci sono molte date da cui questa storia potrebbe cominciare. Una è il 2012, quando Wylie aveva 21 anni e lavorava per i liberaldemocratici britannici, che allora erano al governo insieme ai conservatori. La traiettoria della sua carriera è stata - come quasi tutti gli aspetti della sua vita finora - straordinaria, assurda, implausibile.

Wylie è cresciuto in Canada, nella Columbia Britannica. Da adolescente gli furono diagnosticati il disturbo da deficit di attenzione e la dislessia. Lasciò la scuola a sedici anni senza diploma e senza qualifiche. Eppure a 17 anni lavorava nell'ufficio del leader dell'opposizione canadese. A diciotto anni andò a imparare tutto sui dati da un esperto dello staff di Barack Obama e poi portò quello che sapeva in Canada. A 19 anni imparò da solo a programmare e nel 2010, a vent'anni, si trasferì a Londra per studiare diritto alla London school of economics.

“Ma la politica è come la mafia”, dice. “Non puoi mai uscirne davvero. Ho ricevuto una telefonata dai liberaldemocratici

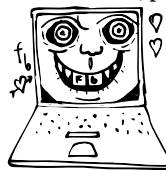
britannici, che volevano aggiornare i loro database e migliorare le campagne personalizzate. Così ho cominciato a lavorare per loro, e allo stesso tempo studiavo per laurearmi”.

La politica è anche quello che lo fa sentire più a suo agio. Odiava la scuola, ma da stagista nel parlamento canadese scoprì un mondo dove poteva parlare agli adulti ed essere ascoltato. Era il ragazzino che si occupava di internet e nel giro di un anno lavorava già per il capo dell'opposizione.

In quegli anni, intanto, al centro di psicometa dell'università di Cambridge gli psicologi Michal Kosinski e David Stillwell facevano esperimenti sullo studio della personalità. Nel 2007, quand'era ancora studente, Stillwell aveva cominciato a ideare diverse applicazioni per Facebook. Una di queste - myPersonality, un quiz sulla personalità - era diventata virale. Gli utenti ricevevano un punteggio in base alla teoria dei Big five, i “cinque grandi” tratti della personalità: apertura, coscienziosità, estroversione, gradevolezza e neuroticismo. Il 40 per cento di loro aveva dato a Stillwell l'accesso ai propri profili Facebook. Così era venuto fuori un modo per misurare i tratti della personalità in tutta la popolazione e di correlare i punteggi con i like di Facebook di milioni di persone.

Nel 2013 Wylie si laureò e cominciò il suo dottorato sulle previsioni nel campo della moda, ma si occupava anche dei liberaldemocratici. Non sembrava avere la minima idea della strada che stava imboccan-

do. “Volevo capire perché i liberaldemocratici andavano male alle elezioni, pur avendo guidato il paese fino alla fine dell'ottocento”, spiega Wylie. “Mi sono messo a guardare i dati demografici e dei consumatori per vedere cosa univa gli elettori liberali perché, a parte certe zone del Galles e le Shetlands, si trovavano in regioni strane e disperate. Così ho scoperto che non c'erano forti correlazioni, non c'erano segnali nei dati. Poi, però, ho letto uno studio che spiegava



come i tratti della personalità possano essere un precursore del comportamento politico, e all'improvviso tutto aveva senso. Il liberalismo è correlato a grande apertura e bassa coscienziosità, e quando pensi ai liberaldemocratici pensi a professori distratti e hippy. Sono i primi ad adottare le nuove tendenze. Di colpo ho sentito un clic”.

Ecco un modo per individuare potenziali elettori, pensò Wylie. L'unico problema era che i liberaldemocratici non erano interessati. “Ho fatto una presentazione per spiegare che avrebbero perso metà dei loro 57 seggi, e la loro reazione è stata tipo: ‘Perché sei così pessimista?’ Poi in realtà hanno conservato solo otto seggi”.

Sempre attraverso i liberaldemocratici Wylie conobbe un'azienda, l'Scl Group. Un'associata di quest'ultima, la Scl Elections, avrebbe poi dato vita alla Cambridge Analytica insieme a Robert Mercer. In sostanza, la Scl e la Cambridge Analytica sono la stessa cosa.

Alexander Nix, all'epoca amministratore delegato della Scl Elections, fece a

Da sapere Le battaglie per la privacy

Negli ultimi anni le autorità europee e statunitensi hanno messo sotto inchiesta e multato più volte Facebook e Google per violazioni della privacy.

Marzo 2011 La Federal trade commission (Ftc) statunitense accusa Google di aver coinvolto alcuni utenti di Gmail nel suo social network, Buzz, senza la possibilità di uscire dal servizio o di limitare la gestione dei loro dati personali.

Novembre 2011 La Ftc accusa Facebook di aver ingannato i suoi utenti dicendo che potevano mantenere riservate le loro informazioni personali, mentre in realtà permetteva che fossero condivise e rese pubbliche.

Agosto 2012 La Ftc infligge a Google una multa di 22,5 milioni di dollari per aver ingannato gli utenti del browser Safari sulla possibilità di escludere l'installazione di cookie sui loro computer.

Settembre 2012 L'Unione europea costringe Facebook a ritirare la funzione di riconoscimento facciale per taggare le foto.

Maggio 2017 La Commissione europea multa Facebook per 122 milioni di dollari per aver incrociato i suoi dati con quelli di WhatsApp.

Dicembre 2017 L'antitrust tedesco apre un'indagine su Facebook per abuso di posizione dominante per aver rac-

colto i dati sul modo in cui gli utenti usano i servizi online.

Febbraio 2018 Un tribunale belga ordina a Facebook di non tracciare gli utenti sui siti esterni al social network.

Marzo 2018 Un'inchiesta dell'Observer, del New York Times e della tv britannica Channel 4 rivela che i dati di Facebook sono stati usati dalla Cambridge Analytica per influenzare il voto sulla Brexit e le presidenziali statunitensi del 2016. In seguito allo scandalo la Cambridge Analytica sospende l'amministratore delegato Alexander Nix. Mark Zuckerberg, il fondatore di Facebook, chiede scusa per la vicenda. **The New York Times**



KIM KULISH (CORBIS/GETTY IMAGES)

Wylie un'offerta impossibile da rifiutare. "Mi ha detto: 'Ti daremo libertà assoluta. Sperimenta. Potrai testare tutte le tue idee più folli'".

Nella storia delle cattive idee, questa si sarebbe rivelata una delle peggiori. Wylie ebbe l'incarico di direttore delle ricerche per l'Scl Group, un'azienda attiva sia nel settore della difesa sia in quello delle consultenze elettorali. Il ramo attivo nella difesa lavorava con il ministero della difesa britannico e con il Pentagono. Le competenze dell'azienda riguardavano le "operazioni psicologiche": cambiare le idee della gente non con la persuasione ma con il "dominio delle informazioni", attraverso una serie di tecniche che comprendono dicerie, campagne di disinformazione e notizie false. La Scl Elections aveva usato strumenti simili in più di duecento elezioni in tutto il mondo, soprattutto nelle democrazie poco sviluppate che, come Wylie avrebbe capito, non erano preparate a difendersi.

Qualche mese dopo, nell'autunno del 2013, Wylie conobbe Bannon, che aveva appena portato Breitbart News nel Regno Unito per sostenere l'amico Nigel Farage nella sua missione di far uscire il paese dall'Unione europea. L'incontro tra Wylie e Bannon è il momento in cui la benzina fu

versata su una fiammella vacillante. Wylie aveva una teoria da dimostrare, e all'epoca si trattava di un problema puramente intellettuale. La politica è come la moda, disse a Bannon. "Lui capi al volo", racconta Wylie. "Credeva nella dottrina dell'opinionista conservatore Andrew Breitbart, secondo cui la politica deriva dalla cultura, quindi per cambiare la politica bisogna cambiare la cultura. E le tendenze della moda sono un utile indicatore. Trump in fondo è come un paio di scarpe Crocs. Come si va dal momento in cui la gente pensa: 'Uh, orrende' a quando tutti le portano? Questo era il punto di svolta che Bannon stava cercando".

Idee di destra

Bannon illustrò il principio ai Mercer: Robert Mercer - il copresidente dell'*hedge fund* Renaissance Technologies, che usava i suoi miliardi per promuovere idee di destra finanziando le cause dei conservatori e sostenendo i candidati del Partito repubblicano - e sua figlia Rebekah. Robert Mercer, un pioniere dell'intelligenza artificiale e della traduzione automatizzata (ha contribuito a inventare le operazioni di borsa gestite dagli algoritmi), ascoltò le idee di Wylie. Il fulcro era un nuovo modo per identificare i destinatari dei messaggi politici basato su

una ricerca realizzata nel 2014 dal centro di psicomatria di Cambridge. "In politica l'uomo con i soldi di solito è il più stupido dei presenti. Mentre con Mercer è il contrario", dice Wylie. "Parlava pochissimo, ma sapeva ascoltare. Voleva capire la scienza. E voleva la prova che funzionasse".

Per trovare la prova, Wylie aveva bisogno di dati. Il modo in cui la Cambridge Analytica ottenne i dati è stato al centro di indagini interne all'università di Cambridge, di molti articoli della stampa e di molte voci e ipotesi. Wylie ha la copia di un contratto del 4 giugno 2014 che conferma come la Scl avesse un accordo commerciale con un'azienda, la Global Science Research (Gsr), di proprietà di Aleksandr Kogan, ricercatore a Cambridge. L'accordo riguardava la raccolta e l'elaborazione dei dati di Facebook in modo che potessero essere abbinati ai tratti della personalità e alle liste elettorali.

Wylie ha le ricevute che dimostrano come, per accumulare questi dati, la Cambridge Analytica abbia speso sette milioni di dollari, di cui uno finito nelle casse della Gsr. Ha i documenti bancari e i bonifici. Le email rivelano che Wylie aveva prima negoziato con Michal Kosinski, uno dei coautori della ricerca basata su myPersonality,

per usare il database dell'applicazione. Ma quando le trattative erano fallite, un altro psicologo, Aleksandr Kogan, aveva offerto una soluzione che molti suoi colleghi considerano non corretta dal punto di vista etico: aveva proposto di replicare la ricerca di Kosinski e Stilwell ed escluderli dall'affare. A Wylie era sembrata una soluzione perfetta. È stato l'interesse di Bannon ad accendere la miccia nella mente di Wylie. Ma sono stati i milioni di Mercer a creare un incendio. L'applicazione di Kogan, *thisismydigitallife*, lo autorizzava ad accedere ai profili Facebook degli utenti e a quelli dei loro amici. Ognuna delle 320mila persone che avevano fatto il test, involontariamente aveva dato accesso in media a 160 profili di altre persone, nessuna delle quali ne era a conoscenza o aveva motivo di sospettare qualcosa.

Le email tra i dipendenti della Cambridge Analytica e Kogan dimostrano che lo psicologo aveva raccolto milioni di profili in poche settimane. Ma né Wylie né nessun altro alla Cambridge Analytica aveva controllato che fosse legale. Sicuramente Kogan non era autorizzato a farlo. Aveva il permesso di usare i dati di Facebook, ma solo per fini accademici. E soprattutto, secondo le leggi britanniche sulla protezione dei dati, è illegale vendere a terzi i dati personali senza il consenso degli interessati. "Facebook poteva vedere cosa stava succedendo", dice Wylie. "I loro protocolli di sicurezza erano attivati, perché le app di Kogan stavano estraendo un'enorme quantità di dati, ma a quanto pare Kogan aveva detto che era per scopi accademici. Perciò non avevano fatto troppe obiezioni".

Kogan sostiene che era tutto legale e che aveva uno "stretto rapporto di lavoro" con Facebook, che aveva dato il permesso per le sue applicazioni.

Alla fine Cambridge Analytica ebbe i suoi dati e poté realizzare le valutazioni psicologiche degli utenti e costruire algoritmi per individuare i profili di milioni di altre persone. Facebook si mosse solo molti mesi dopo, ma limitandosi a scrivere una lettera. Nell'agosto del 2016, poco prima delle elezioni presidenziali negli Stati Uniti e due anni dopo la violazione, gli avvocati di Facebook scrissero a Wylie, che aveva lasciato la Cambridge Analytica nel 2014, per comunicargli che i dati erano stati ottenuti in modo illecito e che la "Gsr non era autorizzata a condividerli o venderli". Dicevano che dovevano essere immediatamente cancellati. "Io lo avevo già fatto. Tutto quello che dovevo fare era spuntare una casella, firmare e rispeditare la lettera, tutto qui", di-

ce Wylie. "Facebook non ha fatto nessuno sforzo per riavere i dati".

Solo una volta Wylie ha sottolineato che all'epoca aveva 24 anni. Era entusiasta per le implicazioni intellettuali del progetto, non pensava alle conseguenze. E mi chiedo quanto abbia riflettuto sul suo ruolo e sulle sue responsabilità. Comunque è fermamente deciso a venire allo scoperto e disfare quello che ha creato.

Gli ultimi mesi sono stati come osservare un tornado che diventa sempre più forte, perché quando Wylie rivolge tutta la forza della sua attenzione su qualcosa - la sua mente strategica, la sua cura per i dettagli, la sua capacità di anticipare le mosse - a volte fa quasi paura a guardarlo. Molti ex colleghi - perfino quelli che gli vogliono bene - lo definiscono "machiavellico".

Vittima di abusi

In seguito sono venuta a sapere di una storia cupa e terribile che getta un po' di luce sulla sua determinazione e di cui lui parla con franchezza. A sei anni, mentre era a scuola, Wylie fu vittima di abusi da parte di una persona mentalmente instabile. La scuola cercò di insabbiare tutto dando la colpa ai genitori, e ne seguì una lunga battaglia giudiziaria. L'infanzia e la carriera scolastica di Wylie non furono più le stesse. I genitori - il padre è medico e la madre psichiatra - erano meravigliosi, dice. "Ma conoscevano il percorso delle persone che si ritrovano in quella situazione, perciò penso che per loro sia stato particolarmente difficile, perché capivano meglio di tanti altri le conseguenze a lungo termine di un'esperienza simile".

Wylie dice di essere cresciuto ascoltando psicologi che parlavano di lui in terza persona e, a 14 anni, fece causa con successo al ministero dell'istruzione della Columbia Britannica, costringendolo a cambiare le sue politiche sul bullismo. Ora mi accorgo di quanto ami la legge, gli avvocati, la precisione, l'ordine. Comincio a pensare ai suoi capelli rosa come a un'operazione in incognito. Ciò che non riesce proprio a tollerare è il bullismo.

Quello che fa la Cambridge Analytica è simile al bullismo?

"Credo che sia peggio", dice Wylie. "Perché le persone non sanno necessariamente cosa stanno subendo. Il bullismo almeno rispetta la capacità di agire delle persone, che si rendono conto di cosa gli succede. In questo senso è peggio. Se non rispetti il diritto di agire delle persone, qualunque altra cosa tu faccia non favorisce la demo-



DANIELLEAL-OLIVAS (AFP/GETTY IMAGES)

Londra, Regno Unito. La sede britannica di Facebook

crazia. E sostanzialmente la guerra dell'informazione non favorisce la democrazia".

Russia. Facebook. Trump. Mercer. Bannon. Brexit. Tutti questi fili passano per la Cambridge Analytica. Nelle ultime settimane sembra che anche la comprensione del ruolo di Facebook si sia ampliata e approfondita. Secondo Paul-Olivier Dehaye, un esperto di dati che lavora in Svizzera e ha pubblicato alcuni dei primi studi sui metodi della Cambridge Analytica, sta diventando sempre più chiaro che Facebook è "abusivo per natura". Se ci sono prove di collusione tra la campagna elettorale di Trump e la Russia, sono nei flussi di dati del social network, dice. E le rivelazioni di Wylie non fanno che riproporre quest'argomento.

Milioni d'informazioni personali sono state rubate e usate per prendere di mira utenti inconsapevoli. Dietro c'è un gruppo di mercenari, la Cambridge Analytica, che "lavorerebbero per chiunque", dice Wylie. Manipolerebbe le elezioni per conto di governi stranieri? Una sera l'ho chiesto a Wylie.

"Sì", mi ha risposto.

Paesi della Nato o fuori dalla Nato?

"Tutti. Sono mercenari, sarebbero pronti a lavorare per chiunque li paghi".

È un fatto incredibile. E riassume tutti i problemi della privatizzazione, su scala



Non c'è niente di cui stupirsi

William Davis, London Review of Books, Regno Unito

Invece di indignarci per la vicenda della Cambridge Analytica dovremmo rimettere in discussione un modello di capitalismo interamente basato sulla sorveglianza

Nella vicenda della Cambridge Analytica almeno una cosa è certa. Se quarantamila persone in Michigan, Wisconsin e Pennsylvania avessero cambiato idea su Donald Trump prima dell'8 novembre del 2016 e avessero votato per Hillary Clinton, questa piccola società di consulenza non sarebbe finita sulle prime pagine dei giornali. Avrebbe potuto carpire i dati degli elettori e fargli il lavaggio del cervello ma, se Clinton avesse vinto, oggi questa non sarebbe una notizia.

I cattivi della storia di sicuro concorderanno con quest'affermazione, ma per ragioni poco plausibili. Nell'inchiesta condotta da Channel 4 News con il supporto dell'Observer e del New York Times si vede l'amministratore delegato della Cambridge Analytica Alexander Nix (attualmente sospeso) vantarsi, con quello che riteneva un potenziale cliente, di aver incontrato Trump "molte volte" e di aver architettato l'intera strategia della sua campagna elettorale. Secondo Nix quei quarantamila voti sono stati strappati a Clinton e consegnati a Trump grazie a pubblicità mirate e a qualche messaggio molto persuasivo. "Tutta la strategia elettorale si è basata sui nostri dati", dice Nix.

La Cambridge Analytica era stata ingaggiata per lavorare alla campagna elettorale di Trump, anche se non necessariamente per la sua genialità machiavellica. Steve Bannon, il responsabile della campagna, all'epoca era nel direttivo della società e probabilmente ha procurato all'azienda un contratto di favore. All'inizio del 2017, quando la Cambridge Analytica ha attirato per la prima volta le attenzioni dei mezzi d'informazione britannici, si è detto che aveva avuto stretti rapporti anche con la campagna per l'uscita del Regno Unito

dall'Unione europea. In una delle tante inchieste sull'argomento, Carole Cadwalladr dell'Observer scriveva nel maggio del 2017 che "gli avvenimenti negli Stati Uniti e nel Regno Unito sono strettamente intrecciati. La Brexit e Trump sono intrecciati. I legami dell'amministrazione Trump con la Russia e il Regno Unito sono intrecciati. E la Cambridge Analytica è uno snodo attraverso cui possiamo vedere tutte queste relazioni".

Date queste premesse, in un certo senso le rivelazioni più recenti sono una delusione, se non altro per i clienti più ingenui della Cambridge Analytica. In primo luogo non c'è alcuna prova concreta del fatto che la Cambridge Analytica abbia fornito servizi di consulenza ai sostenitori dell'uscita del Regno Unito dall'Unione europea in occasione del referendum del 2016. Nix si era vantato in un articolo di averlo fatto, ma a febbraio ha ammesso che quell'articolo era stato scritto da un "consulente di pubbliche relazioni un po' troppo zelante". Di sicuro dovremmo cercare di capire come "la Brexit e Trump sono intrecciati", ma per farlo occorre un'analisi sociologica ed economica: non sarà semplice (o emozionante) come scoprire un centro di controllo segreto.

Strategia comune

In secondo luogo, non c'è - né può esserci - alcuna prova che la Cambridge Analytica abbia fatto vincere le elezioni a Trump (e, per le stesse ragioni, non è possibile dimostrare che non l'abbia fatto), sebbene l'azienda naturalmente sostenga il contrario. Clinton fa ancora fatica ad ammettere che la sua sconfitta potrebbe non essere dovuta a queste macchinazioni. Intervistata da Channel 4, ha parlato della "propaganda" della Cambridge Analytica, che "ha influenzato i processi decisionali degli elettori". Eppure l'analisi dei dati è alla base di tutte le moderne campagne elettorali. Clinton ha preferito studiare i dati sul Michigan dal suo ufficio di Brooklyn invece di andare di persona nello stato, anche quando i democratici locali l'avevano implorata di farlo nelle ultime settimane di campagna elettorale. Se le cose fossero andate diversamente, avremmo letto articoli sulle innovative

globale, con l'aggiunta di armi cibernetiche. In mezzo a tutto questo ci sono i nostri legami familiari, i nostri like, le nostre briciole di dati personali, tutto risucchiato nel vortice di un buco nero che s'ingrandisce e si espande e oggi è proprietà di un miliardario che fa politica.

I dati di Facebook sono in pasto al mondo. E nonostante gli sforzi di Wylie è impossibile rimettere indietro le lancette dell'orologio. Tamsin Shaw, professoressa di filosofia della New York University e autrice di un articolo sulla ciberguerra e l'economia della Silicon valley apparso di recente sulla New York Review of Books, mi ha spiegato di aver già parlato della possibilità che aziende private ottenessero armi cibernetiche finanziate almeno in parte dalla difesa statunitense. Shaw definisce "pazzesche" le rivelazioni di Wylie e sottolinea che "l'intero progetto di Facebook" è riuscito a diventare così vasto e potente solo grazie all'establishment della sicurezza nazionale statunitense. "È una forma di *soft power* molto profondo, che è stato considerato una risorsa per gli Stati Uniti. La Russia ha agito in modo esplicito al riguardo, pagando gli annunci in rubli. Qual è la conclusione? Che la Silicon valley è una risorsa della sicurezza nazionale statunitense che si è ritorta contro gli Stati Uniti". O, più semplicemente: un boomerang. ♦ gc

L'AUTRICE

Carole Cadwalladr è una giornalista britannica che scrive per l'Observer.

tecniche di analisi dei dati che per la prima volta avevano permesso a una donna di diventare presidente degli Stati Uniti.

Lo scandalo ha due facce, ma nessuna riguarda nello specifico le elezioni. La prima riguarda la “violazione dei dati”, che ha garantito alla campagna di Trump l’accesso a cinquanta milioni di profili Facebook senza il permesso degli utenti. Questo è potuto succedere grazie a un’applicazione chiamata *thisisyourdigitallife*, simile a quelle in cui si imbattono tanti utenti di Facebook. Sono applicazioni che compaiono nel *news feed* sotto forma di questionario sulla personalità che produce risultati relativamente banali da condividere con gli amici. *Thisisyourdigitallife* è stata creata da Aleksandr Kogan, psicologo dell’università di Cambridge, per verificare le teorie sui modelli di personalità in base ai *like* su Facebook. Solo 270mila persone hanno usato l’app, che però ha raccolto anche i dati dei loro amici.

Facebook sapeva di *thisisyourdigitallife*, ma credeva che servisse solo alla ricerca accademica. Qualsiasi utente che avesse letto termini e condizioni (ma chi di noi lo fa?) avrebbe pensato la stessa cosa. Quello che nessuno sapeva fino a poche settimane fa è che Kogan trasmetteva i dati alla Cambridge Analytica, che a sua volta li metteva a disposizione di Bannon, come ha raccontato all’*Observer* Christopher Wylie, che lavorava alla Cambridge Analytica.

La mietitura

Sono state violate diverse regole. Le norme sulla privacy presuppongono che ogni individuo abbia il diritto di sapere come verranno usati i suoi dati prima di permettere a qualcuno di raccogliergli. Kogan e la Cambridge Analytica si sono comportati in modo disonesto. Ma anche se non hanno rispettato alla lettera la sezione “Termini e condizioni” e hanno violato la normativa sulla privacy, nessuno si sorprende del fatto che i dati raccolti in un ambito possano venire usati in un altro. L’uso di dati in modi innovativi (e segreti) è di fatto il principio guida dell’economia digitale: Shoshana Zuboff l’ha definito “capitalismo della sorveglianza” e Nick Srnicek “capitalismo della piattaforma”.

Vale la pena ricordare che negli anni novanta internet era considerata tanto una minaccia quanto un’opportunità per il capitalismo. Napster è l’esempio più celebre. Non si capiva da dove sarebbero venuti i profitti in un contesto in cui l’informazione era abbondante e l’anonimato la norma. Quello che è cambiato, come hanno spiegato Zuboff e Srnicek, è che si è cominciato

a pensare a internet come a un dispositivo di sorveglianza di dimensioni potenzialmente globali: si offrivano servizi migliori, più economici o gratuiti a condizione che gli “utenti” fossero tracciati in tutto ciò che facevano e che vi ancorassero le loro identità reali. Il fatto che la maggior parte dei giganti della tecnologia abbia registrato perdite enormi nei primi anni di attività è parte integrante della strategia. La gente dev’essere convinta a usare un servizio, e continuare a usarlo. Solo in seguito questo potere viene convertito in profitto.

Argomentare che un utente di Facebook dà il suo consenso a tutti i modi in cui Facebook usa o potrebbe usare i suoi dati significa travisare la questione. D’altronde,

Che tutto questo ci permetta di spiegare la vittoria di Trump è discutibile

dire che un lettore del *Guardian* dà il suo consenso a tutti i modi in cui il *Guardian* usa i suoi dati (di cui lascia una traccia ogni volta che visita il sito del quotidiano) significa fraintendere la natura essenzialmente malleabile dei dati stessi. Il potenziale valore dei dati emerge dopo che sono stati raccolti, non prima.

Nel panico generato dal caso Trump e Cambridge Analytica, questa dura realtà capitalista è stata definita *harvesting*, la mietitura. Ma se creare un’app per raccogliere dati senza che le persone ne siano pienamente consapevoli è “mietere”, allora lo sono tante altre cose. Creando un wifi gratuito sulla metropolitana di Londra, l’azienda Transport for London miete dati sui movimenti dei passeggeri. Il digital service britannico ha mietuto dati sui cittadini manipolando l’aspetto dei siti del governo (usando due versioni diverse di ogni sito si raccolgono dati sulla navigazione e sul tempo passato su ogni pagina). Uber continua a raccogliere dati sul comportamento degli utenti perfino dopo la fine della corsa, anche se ora si può scegliere di disattivare questa funzione. I nuovi manifesti pubblicitari a Piccadilly circus mietono dati: contengono videocamere che analizzano le espressioni della gente.

L’altra faccia dello scandalo è più sporca ma meno significativa. Se si deve credere alle sue affermazioni, alla Cambridge Analytica piace giocare in modo scorretto. Nix e il suo collega Mark Turnbull sono sta-

ti colti da Channel 4 mentre parlavano di tecniche di adescamento, ricatto e controspionaggio con toni più adatti a una storia di James Bond che alla psicomatria. Osservazioni buttate là su come il candidato non sia altro che una “marionetta” nelle mani della campagna elettorale e i “fatti” siano meno importanti delle “emozioni” sembrano lische se colte da una telecamera nascosta, ma non sono poi così lontane dall’atteggiamento del Partito laburista britannico negli anni novanta. E quando Nix si vanta di “agire nell’ombra” e saluta il “cliente” con una battuta a effetto (“Non vedo l’ora di costruire un rapporto lungo e segreto con lei”) ci si chiede come abbia fatto il giornalista di Channel 4 a restare serio.

Dunque siamo di fronte a un uso improprio dei dati, cosa che ha giustamente attirato l’attenzione dell’ufficio del commissario per l’informazione del Regno Unito, e a un po’ di gergo da marketing che scivola in fantasticherie mafiose per poi sparire al primo segnale di pericolo. L’uso improprio dei dati non è una novità: nel 2010 il *Wall Street Journal* aveva scoperto che le app di Facebook (come quella realizzata da Kogan) raccoglievano regolarmente informazioni a uso e consumo degli inserzionisti e delle società che tracciavano i dati d’accesso ai siti, senza il permesso degli utenti.



Tenuto conto di quanto Facebook controlli l’attenzione del mondo (con più di due miliardi di utenti attivi al mese, che trascorrono in media cinquanta minuti al giorno sul sito), è inevitabile che i mercanti dell’attenzione vi si buttino a caccia di scarti, proprio come i grandi eventi sportivi attirano i bagarini.

Perché tanta indignazione? Bisogna fare i complimenti all’*Observer* per la sua tenacia. Con un po’ di fortuna questa storia potrebbe farci arrivare a un punto di svolta sulla questione della riservatezza dei dati.

Tuttavia il fascino e lo sgomento provocati dalla Cambridge Analytica suggeriscono una rimozione dell’orrore che in realtà deriva da qualcosa di molto più profondo. In parte deve avere a che fare con il trumpismo. Un fenomeno così terribile dev’essere stato provocato da strumenti altrettanto terribili. Chi si è battuto con fervore per restare nell’Unione europea deve pensare la stessa cosa riguardo alla Brexit. È chiaro che nella campagna elettorale statunitense sono intervenute forze segrete e subdole. Grazie alle indagini di Robert Mueller sappiamo che Facebook ha venduto spazi pubblicitari per un valore di centomila dollari alle “fabbriche di troll” russe, e che 126 mi-



DAVID RAMOS (GETTY IMAGES)

lioni di americani potrebbero essere stati esposti a notizie false diffuse dalla Russia nel 2015 e nel 2016. Poi c'è la ripresa delle indagini dell'Fbi sulle email di Clinton in un momento critico della campagna elettorale. Ma che tutto questo ci permetta di comprendere o spiegare la vittoria di Trump è discutibile.

Cattivi rassicuranti

La Cambridge Analytica sembra un sicuro colpevole soprattutto perché si è vantata più volte di esserlo. Rispetto agli eventi del 2016 Nix e Turnbull sono quello che i manager della Goldman Sachs e della Royal Bank of Scotland sono stati per la crisi finanziaria del 2008: personalità grottesche su cui concentrare rabbia e allarme. Ascoltare uomini simili vantarsi della loro spregiudicatezza è paradossalmente rassicurante, perché contribuisce a spiegare la perdita di senso morale del mondo. Come nel caso della crisi finanziaria, tuttavia, il circo rischia di distrarre dalle vere questioni istituzionali e politiche che, in questo caso, riguardano aziende come Facebook e il modello di capitalismo che tollera, facilita e addirittura celebra le loro estese e sofisticate forme di raccolta e analisi dei dati.

È significativo che due dei più grandi scandali etici che hanno colpito Facebook

negli ultimi anni coinvolgano dei ricercatori universitari (l'altro scandalo è l'esperimento sul "contagio emotivo" da cui è emerso che Facebook aveva alterato il *news feed* senza il consenso degli utenti). Avere a che fare con ricercatori esterni significa rinunciare a una parte del controllo. La disponibilità di Facebook a collaborare con i ricercatori è già scarsa, e questi scandali spingeranno Mark Zuckerberg a chiedersi se valga davvero la pena di correre rischi. Se tutti i dati restano all'interno dell'azienda non emerge nessun dilemma etico. Le dimensioni e la portata sempre più vaste di queste piattaforme eliminano gradualmente la necessità di condividere dati con qualcun altro.

Si è detto che i dati sono il "petrolio" dell'economia digitale, la risorsa che alimenta tutto il resto. Un'analogia più utile è quella tra il petrolio e la privacy, una risorsa naturale nascosta che viene progressivamente saccheggiate per ricavare un profitto, con conseguenze sempre più nocive per la società nel suo complesso. Se questa analogia è corretta, le leggi per la protezione della privacy e dei dati non basteranno a lottare contro i giganti della tecnologia. Distruggere la privacy in modi sempre più avventurosi è il lavoro di Facebook.

Proprio come gli ambientalisti chiedo-

no all'industria dei combustibili fossili di "lasciarli nel sottosuolo", quello che dovremmo fare è chiedere alla Silicon valley di "lasciare le informazioni nelle nostre teste". Il vero cattivo in questo caso è una logica economica espansiva che insiste nel voler controllare una quantità sempre maggiore dei nostri pensieri, dei nostri sentimenti e delle nostre relazioni. Il modo migliore per fermare tutto questo è quello che la Silicon valley teme più di ogni altra cosa: le leggi antitrust. Una volta frammentate in società più piccole, le aziende tecnologiche sarebbero comunque in grado di controllarci, ma da punti di vista diversi che non potrebbero essere messi in connessione tra loro con facilità o in modo poco trasparente.

Un mondo pieno di truffatori come la Cambridge Analytica, che alla fine vengono colti in fallo a causa delle loro stesse stupidaggini, è meglio di un mondo in mano a enormi monopoli come Amazon e Facebook, che un po' alla volta assumono le funzioni del governo mantenendo un inquietante silenzio su quello che fanno. ♦ *gim*

L'AUTORE

William Davies è un sociologo ed economista britannico. Ha scritto *The happiness industry* (Verso Books 2015).