

E ora lavoratori e vip scoprono il lato oscuro



di [Sabrina Provenzani](#) | 3 GENNAIO 2021

“Questo è un messaggio per Mark Zuckerberg e i suoi dirigenti... Sono una moderatrice di contenuti, una delle migliaia in tutto il mondo. Non abbiamo mai la possibilità di parlare con voi. Eppure

siamo la parte più importante, più segreta di Facebook". La chiameremo Jane. A fine ottobre ha rivolto un lungo appello alla leadership di quello che, oltre che un social network, è da tempo uno dei più potenti motori di disinformazione e propaganda della storia. Con altri 30mila, Jane guarda ogni giorno nelle viscere di Facebook: è addetta a filtrare i post che, per violenza, razzismo, falsità, istigazione all'odio, vanno eliminati dal social. Ruolo cruciale: eppure hanno condizioni di lavoro ai limiti dello schiavismo, sono impiegati da società terze e denunciano un sistema di supervisione e policies farraginoso ed inefficace. "Crediamo nel nostro lavoro, ma il lavoro deve cambiare" conclude.

Jane è solo una delle tante voci critiche della retorica e del modello di business di Big Tech emerse nel 2020. A catalizzare questo movimento di resistenza culturale e civile, non nuovo ma uscito quest'anno dalla sua nicchia, sono state le elezioni presidenziali Usa e il timore che il potere di persuasione dei social, soprattutto Facebook ma anche Instagram e Twitter, potesse condizionarne l'esito e indebolire già vulnerabili processi democratici. È l'onda lunga di due eventi: la presunta interferenza russa nelle presidenziali Usa del 2016 e, nel 2018, lo scoop della giornalista investigativa britannica Carole Cadwalladr sul ruolo di Cambridge Analytica, società di consulenza politica con investitori vicini a Donald Trump, nella manipolazione elettorale via social non solo di quelle presidenziali ma anche del referendum britannico sulla Brexit, con pratiche di targettizzazione social rodute in altre elezioni in tutto il mondo. Interferenze la cui efficacia non è mai stata provata, ma che hanno interrotto bruscamente la luna di miele fra il pubblico e l'impero di Mark Zuckerberg, pur non danneggiandone permanentemente gli affari.

Si fanno più espliciti gli ex manager di Facebook e Google pentiti di aver contribuito a quella narrazione e che quest'anno, nel documentario *The Social Dilemma* prodotto da Netflix, hanno raccontato di come l'utopia sia diventata distopia, di come ai loro figli non permettano l'accesso alle piattaforme che hanno contribuito a creare. Sostengono che Big Tech coltivi un culto acritico della tecnologia, indifferente al suo impatto sulla società; un modello di business tossico; il prevalere delle ragioni del profitto; la penetrazione e manipolazione di ogni aspetto della nostra vita. C'è Roger McNamee, ex investitore della Silicon Valley e mentore di Zuckerberg, che fra i primi ha capito i rischi dello strapotere delle piattaforme e ora è uno dei motori del Real Facebook Oversight Board, gruppo di accademici, giornalisti e attivisti di tutto il mondo che da un account Twitter fanno quotidianamente emergere le

contraddizioni di Facebook. E c'è anche il risveglio dei grandi influencer. "Amo potermi connettere direttamente con voi tramite Instagram e Facebook, ma non posso restare in silenzio mentre queste piattaforme continuano a consentire la diffusione di odio, propaganda e disinformazione e prendono provvedimenti solo dopo che la gente viene uccisa. La disinformazione condivisa dai social media ha un serio impatto sulle nostre elezioni e mina la democrazia" con questo post su Instagram Kim Kardashian, 189 milioni di followers, aderisce a settembre al boicottaggio della pubblicità sui social di StopHateForProfit, conglomerato americano di giganti dei diritti civili che denunciano l'amplificazione social dell'odio razziale. La seguono in tanti, con la loro dote di followers, da Selena Gomez, 193 milioni, a Katy Perry, 107 milioni. Contemporaneamente, contro la concentrazione di poteri di Big Tech si muove anche la politica, con le azioni legali della Commissaria europea alla Concorrenza Margrethe Vestager contro Amazon, Google e Apple e le cause antitrust intentate dal governo Usa e da 48 fra Stati e distretti americani contro Facebook, accusato anche di aver stretto un accordo illegale con Google per spartirsi il mercato pubblicitario.