

**Marta De Gennaro**

Nicola Zamperini  
*Manuale di disobbedienza digitale*  
 Roma  
 Castelvecchi  
 2018  
 ISBN: 978-88-3282-229-8

Il 5 dicembre 2017 il robot AlphaZero ha vinto ripetutamente (totalizzando ventotto vittorie, settantadue stali e nessuna sconfitta) contro Stockfish, il (fino a quel momento) migliore giocatore automatico di scacchi – più precisamente, il Top Chess Engine Championship del 2016. AlphaZero è un algoritmo di deep-learning, come ci spiegano i suoi creatori (David Silver *et al.*, *Mastering Chess and Shogi by Self-Play with a General Reinforcement Learning Algorithm*, 2017; David Silver *et al.*, *A general reinforcement learning algorithm that masters chess, shogi, and Go through self-play*, «Science», New York, 362/6419, pp. 1140-1144): invece di valutare tutte le possibilità del tavolo per decidere la mossa migliore, come fino al 2017 avevano fatto tutti i suoi predecessori, il robot parte da una *tabula rasa*, su cui vengono inserite solo le regole fondamentali degli scacchi (ma esperimenti sono stati fatti anche con gli scacchi giapponesi e il gioco del go), dato che AlphaZero si auto-insegna la strategia di gioco affrontando innumerevoli partite contro sé stesso. Ci sono volute solo ventiquattro ore, dicono i dati, perché il robot fosse in grado di giocare a un livello «sovrumano» e superasse ogni giocatore mai esistito, umano o computerizzato. Il 26 dicembre 2018, Steven Strogatz racconta sul «New York Times» che la caratteristica fondamentale di AlphaZero è la capacità di proporre un gioco «umano», finanche «romantico», che gli permette di pensare «in modo non più veloce, ma più brillante» rispetto agli altri programmi, e si rammarica soltanto del fatto che il robot non possa condividere le logiche del proprio ragionamento con noi (Steven Strogatz, *One Giant Step for a Chess-Playing Machine*, «New York Times», 26 dicembre 2018).

I creatori di AlphaZero sono ricercatori presso DeepMind, azienda gestita da Alphabet Inc., a sua volta società madre di Google. Anche Google usa degli algoritmi di apprendimento, che si nutrono delle informazioni fornite dagli utenti, le quali vanno a formare i cosiddetti Big Data, vale a dire enormi quantità di dati all'interno dei quali vengono identificati dei *trend* in grado di spiegare «come agiremo di qui a poco» (p. 9). Come AlphaZero diventa un giocatore migliore dopo ogni partita giocata contro sé stesso, Google (ma anche le altre «techno-corporation», come vedremo più avanti) crea un profilo sempre più preciso di ogni suo utente ogni volta che tale utente fa uso di un suo servizio (dal motore di ricerca, alle mappe, all'indirizzo email).

Il modo in cui techno-corporation come Google, Facebook, Amazon, Airbnb e «altre decine di piattaforme che utilizziamo sempre» (p. 6) raccolgono e usano i nostri dati è un tema centrale nel *Manuale* di Nicola Zamperini, ma più centrale ancora è la riflessione sul bassissimo livello di consapevolezza che l'utente medio ha di questo processo. D'altronde, quasi nessuno di noi si pone delle domande quando, digitando «Mario Rossi» nella barra di ricerca di Facebook, il social-network ci propone come prima opzione il nostro compagno del liceo nonostante gli innumerevoli omonimi, oppure quando i campi di un modulo online si riempiono automaticamente con il nostro indirizzo e addirittura il numero della nostra carta di credito. Non solo non ci poniamo delle domande, ma lo troviamo anzi estremamente utile. Zamperini paragona l'utente medio ad Antonio, il mercante di Venezia shakespeariano, il quale, affascinato dall'apparente generosità dell'usuraio Shylock, perde di vista il prezzo che gli si chiede di pagare in cambio. «Se ogni minima cessione di sovranità sulle nostre emozioni, presa singolarmente, è una faccenda minuscola, quando le sommiamo, quando uniamo disegni e puntini, l'affresco che si compone è inquietante» (p. 218). Ancora più inquietante è il fatto che i Big Data trovino correlazioni, creino la nostra «esatta

profilazione» (p. 100), prevedano cosa faremo come individui e come collettività, ma senza essere in grado di spiegarci logicamente il perché. Mentre Strongatz riflette sul fatto che non ci è dato sapere quali complessi ragionamenti porti avanti AlphaZero per non perdere mai una partita, la catena di supermercati Walmart grazie ai Big Data viene a sapere che prima di un uragano i clienti acquistano torce e merendine; non si spiega il perché delle merendine, ma nel dubbio le posiziona accanto alla cassa (p. 9).

Il volume di Zamperini è una chiamata alla presa di coscienza *in primis* riguardo al fatto che in queste transazioni quotidiane con le techno-corporation noi da una parte riceviamo servizi, ma dall'altra siamo anche la «materia prima» (p. 39), e che ci distinguiamo dal mercante di Venezia solo in quanto il prezzo che ci viene chiesto non è una libbra della nostra carne, ma della nostra personalità, della nostra essenza, e in quanto non lo paghiamo una volta sola, ma molteplici volte al giorno. La grande preoccupazione che l'autore esprime è che, cedendo una libbra di «anima» alla volta, rischiamo di perdere «la capacità di esprimerci, di dire i sentimenti, di manifestarli in modo normale o sublime» (p. 13).

Abbiamo fra le mani in primo luogo un *Manuale* di umanità, intriso, in quanto tale, di cultura umanistica ad ampio raggio. Ce ne accorgiamo prima ancora dell'introduzione, da un'epigrafe che riporta le parole di George Simenon sul valore dell'«uomo nella sua essenza originaria», e ne abbiamo conferma ogni volta che, sfogliando le pagine, incontriamo decine di citazioni da Proust, da Borges, da Melville, da Mallarmé, e da tanti altri. Non a caso Zamperini stesso fa riferimento al dibattito su una presunta era di «umanesimo digitale» (p. 19), invitando il lettore al recupero, in primo luogo, del concetto di umanesimo in sé. Se si parla di comunicazione digitale, è imprescindibile riconoscere che comunicare è un atto essenzialmente umano e che come tale va analizzato. Da umanista, l'autore invita innanzitutto a conoscere l'oggetto in discussione, e apre il volume con un panorama storico sulla nascita e l'ascesa delle techno-corporation, in modo da fornire al lettore gli strumenti necessari all'analisi e alla riflessione. Nell'era in cui viviamo non è possibile non usare affatto strumenti come Google, Amazon o Facebook, ma è fondamentale imparare ad abitare con giudizio questi veri e propri «luoghi» digitali (p. 21). La digressione storica è in chiave narrativa, con una scrittura piacevole e perfettamente fruibile per i non esperti; ci parla della nascita dei colossi di internet a partire dagli anni Settanta, del loro rapporto con l'ambiente universitario, della loro affermazione come quasi-nazioni, con sede in California. Il racconto procede con naturalezza, tanto che il lettore si trova a imparare senza accorgersene nozioni su, fra gli altri argomenti, il festival del Burning Man, i reCaptcha, il caso Kodak, il Deep Web, o l'EdgeRank di Facebook. A proposito di Facebook, Zamperini ci fa notare come la piattaforma di Mark Zuckerberg, analogamente agli altri social media, si basi sempre più su un insieme di impostazioni predefinite, lasciando sempre meno libertà agli utenti, i quali sono ben contenti di muoversi all'interno di questi «giardini protetti» (p. 110) perché, come spiega un'autorità nel campo dell'«Usabilità» (o «Esperienza Utente») come Steve Krug, gli abitanti di internet vogliono dover pensare il minimo indispensabile (Steve Krug, *Don't make me think, revisited: A common sense approach to Web usability*, Berkeley, New Riders, 2014).

La seconda parte del *Manuale di disobbedienza digitale* si intitola *Ciò che stiamo perdendo* e si articola in nove capitoli: *La nascita, Amore, Amicizia, Gli addii, Il diario, La memoria, Lo sguardo, Distrazione, Morte*. In ognuno di questi capitoli troviamo una piccola narrazione, la storia di una persona ipotetica che si rende conto, appunto, di aver perso un pezzo della propria umanità a causa dell'uso sbagliato di qualche strumento digitale (e non, è importante sottolineare, dell'esistenza in sé di tale strumento). Da ogni episodio l'autore prende spunto per riflessioni di respiro più ampio, durante le quali quasi passano quasi sotto traccia i momenti più nozionistici, data la naturalezza con la quale si inseriscono all'interno della narrazione. Così, con disinvoltura si incontrano vari temi, dai più generici – come le differenze generazionali nell'uso dei social media, i profili fake, il fenomeno del «nexting», il processo di obsolescenza dei supporti digitali – ai più specifici – come il Quantified self, il Right to be forgotten, il Google Ranking, o ancora le funzioni del contatto erede, delle reazioni e dell'«Accadde oggi» su Facebook.

Il punto focale di questa seconda sezione sono la memoria e l'oblio, ma non l'una in contrapposizione all'altro; al contrario, più volte Zamperini sottolinea l'assoluta importanza dell'una e dell'altro come caratteristiche essenziali dell'essere umano. Al lettore distratto che potrebbe non aver notato come anche gran parte degli altri capitoli converga verso la memoria e l'oblio (per fornire un esempio, nei capitoli *Gli addii* e *Il diario* si parla di come i social media condannino alla memoria obbligata), viene in aiuto l'autore stesso a indicare la strada verso il nodo centrale, quando, a proposito del capitolo *La memoria*, scrive: «Una delle ragioni per cui ho deciso di scrivere questo libro è proprio per poter scrivere questo capitolo» (p. 170). Zamperini guarda con timore al rischio di perdita di memoria («Giochicchiare con i ricordi significa giochicchiare da apprendisti stregoni della memoria individuale e collettiva, e soprattutto assistere a una progressiva amnesia collettiva», p. 177), ma anche a quello di perdita di oblio, o meglio di abitudine all'oblio, perché a forza di esternalizzare le funzioni di memoria non consideriamo più come un'opzione quella di dimenticare, di distrarci, per poi concentrarci e ripescare un ricordo, tutti processi essenziali della nostra «umanità». «Se ci fosse stato Facebook, se il giovane Marcel si fosse ritrovato davanti un riquadro con cui l'algoritmo gli mostrava la tazza da tè e il vassoio con le madeleine», scrive riferendosi a *Alla ricerca del tempo perduto*, «oppure una fotografia dei campanili di Martinville, o un video di YouTube con la sonata di Vinteuil, oggi non avremmo letto il suo romanzo».

Nell'ultima parte del volume si trova l'invito finale alla «disobbedienza digitale». La disobbedienza, o meglio l'imprevedibilità, viene presentata come caratteristica fondamentale umana e incomprensibile a un computer. Zamperini propone di sfruttarla a nostro vantaggio per confondere gli algoritmi di apprendimento: incita alla «diserzione», a inserire di proposito l'errore, e suggerisce di «praticare gesti di follia a casaccio, momenti di imprevedibilità digitale e inversioni di rotta non programmate» (p. 20). L'algoritmo di apprendimento di AlphaZero funziona alla perfezione, permettendogli di diventare il migliore giocatore al mondo in sole ventiquattro ore, anche perché il robot gioca contro sé stesso, vale a dire contro un programma che propone per sua natura sempre ragionamenti ragionevoli. Cosa succederebbe se si confrontasse con un essere irragionevole, con una persona che di proposito muovesse i pezzi sulla scacchiera in modo insensato, o addirittura si alzasse, ribaltasse il tavolo e se ne andasse? Certo, tale persona non starebbe rispettando le regole del gioco, ma se l'obiettivo fosse quello di ostacolare (o perlomeno rallentare) il processo di apprendimento di AlphaZero, è innegabile che verrebbe raggiunto. Il *Manuale di disobbedienza digitale* si conclude con un vero e proprio «ennalogo», cento regole (che l'autore ritiene orientative) per trasgredire. Tali regole sono esposte con un tono leggero e privo di paternalismi, tanto da non suonare come insegnamenti ma, di nuovo, come un'esortazione, una specie di «O frati» moderno: Ulisse invita nuovamente i propri compagni a disobbedire alle regole prestabilite, per navigare ora non oltre le colonne d'Ercole ma nel web, in un «volo», stavolta, consapevolmente e intenzionalmente «folle».