

Christopher Wylie, gola profonda di Cambridge Analytica

“Vi spiego perché i social minacciano la democrazia”

dal nostro corrispondente Antonello Guerrera

LONDRA
 Un ragazzino canadese gay e disabile che, alienato dai compagni, si rifugia nella tecnologia. Gli studi alla London School of Economics e Washington. Le ricerche sulla psicologia individuale e collettiva. Le prime campagne nei partiti liberali di Regno Unito e Canada con Michael Ignatieff. Infine il lavoro più importante e scandaloso della sua vita. «Senza di me, non avreste mai saputo niente». Christopher Wylie, 31 anni e occhiali nerd, oggi lavora per H&M, ma prima aveva i capelli rosa e soprattutto è stato colui che ha svelato nel 2018 lo scandalo di Cambridge Analytica, dove ha lavorato per anni, vedendo passare di tutto nei corridoi della società britannica di analisi dati e comunicazione hi-tech fondata dal miliardario Usa sostenitore della destra, Robert Mercer: da Steve Bannon, allora vicepresidente dell'azienda ed ex rasputin di Trump, «fino a oligarchi russi e consiglieri politici italiani». Perché la conquista e la manipolazione del consenso nelle nostre «democrazie oramai fottute», dice lui, erano lì: per esempio, attraverso una valanga di dati, rubati come fecero Cambridge Analytica con un falso test della personalità su Facebook ottenendo così le informazioni di 87 milioni di persone dai loro profili e così modellarvi individualmente ogni messaggio elettorale dei loro clienti, favorendo probabilmente la vittoria di Trump, forse della Brexit e chissà cos'altro. Ora Wylie racconta tutto nel suo libro *Il mercato del consenso* (Longanesi), domani sarà al festival di Pordenonelegge, ma prima parla in esclusiva a *Repubblica*. Ce l'ha, tremendamente, con Facebook.
Perché, Wylie?

«Perché oramai politica e tecnologia hanno una relazione tossica. Facebook e i social media diffondono disinformazione: così persino la pandemia del Covid 19 diventa un caso politico. Ciò perché i social media hanno fatto sì che la disinformazione sia semplice e adattabile, mentre in passato promuoverla era molto più difficile».

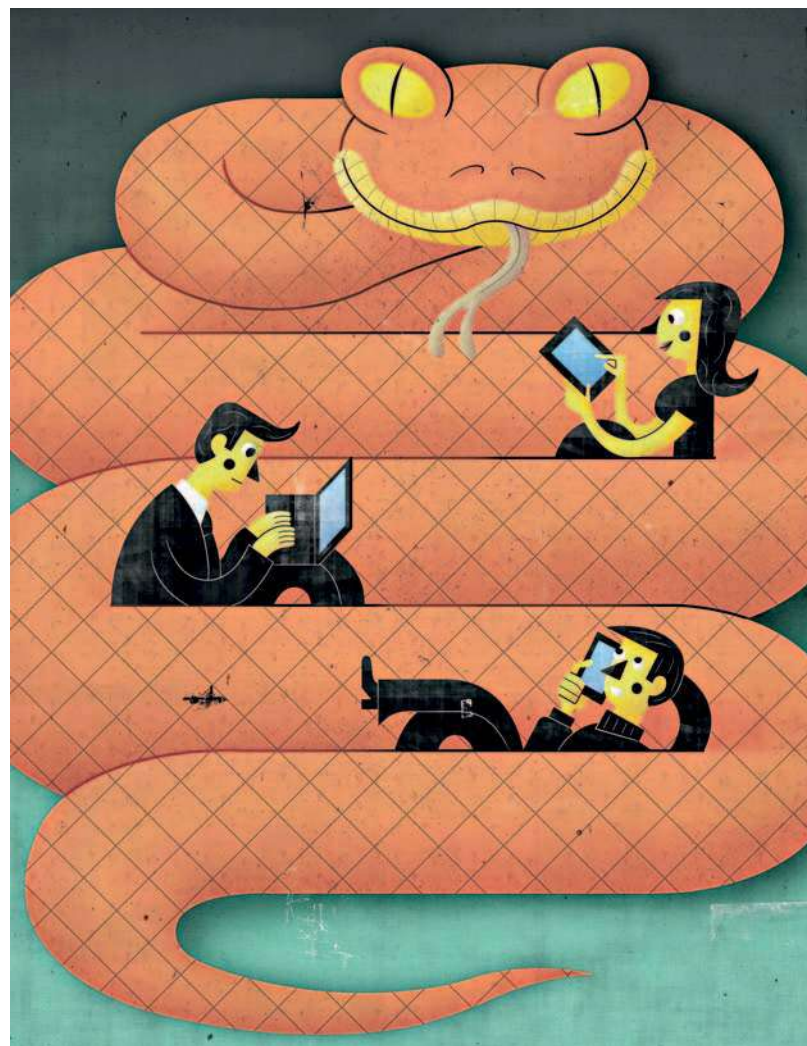
Il problema è che il confine con la libertà di parola è spesso labile.

«No. Facebook e il suo capo Zuckerberg hanno una concezione della libertà di espressione molto americana e

troppo ingenua, che mal si applica al resto del mondo: basta vedere cosa è accaduto in Myanmar, dove Facebook ha veicolato messaggi razzisti alla base del genocidio dei musulmani rohingya. In questo e altri casi, Facebook non ha fatto nulla per fermarlo. E avrebbe tutti i mezzi per farlo».

Anche preventivamente?

«Facebook riesce a elaborare un'incredibile quantità di dati in tempo reale, potrebbe bloccare la disinformazione prima che si diffonda. Ma non lo fa. Ci vogliono nuove regole per Facebook e i social media affinché questo non accada più: quando inventarono



Il libro



Il mercato del consenso di Christopher Wylie è edito da Longanesi (pagg. 336, euro 20)

Il festival Incontro con l'autore



Sabato 19 settembre Christopher Wylie sarà al festival Pordenonelegge per presentare il suo nuovo saggio uscito ieri in Italia L'autore intervverrà (in presenza) presso lo Spazio Gabelli alle ore 18. L'incontro sarà accessibile a tutti anche in diretta streaming sulla PnleggeTV operativa sul sito pordenonelegge.it

gli aerei, il traffico in cielo non era regolato, oggi sì. Tocca fare lo stesso: la sicurezza non è solo fisica, ma anche sociale. C'è un altro problema poi».

Quale?

«Oramai il discorso pubblico è ospitato da una azienda privata americana come Facebook e simili, che filtrano e prendono decisioni in base ai loro valori, e si è frammentato in milioni di conversazioni private. Così la democrazia non funziona più».

In un mondo distopico, lei crede che Facebook, Google & Co, con la marea di nostri dati che posseggono, possano rivelarsi entità troppo potenti?

«Assolutamente sì. Facebook, per esempio, non solo ha sospeso il mio account ma ha rimosso ogni traccia di me. Perché queste aziende decidono unilateralmente cosa fare di te. Se Zuckerberg decidesse di far vincere Trump, ne avrebbe tutto il potere. E la cosa triste è che, a oggi, non lo puoi fermare. Per lo scandalo Cambridge Analytica, "Zuck" è stato chiamato a testimoniare da moltissimi Paesi e li ha snobbati tutti: si è presentato solo al Congresso americano, l'unico organismo che può fare qualcosa contro una azienda privata Usa».

Cosa ci ha insegnato il caso Cambridge Analytica?

«Era una compagnia piccola e aveva un impatto enorme. Sarà un esempio per molti "cattivi": pensate cosa possono fare nazioni con unità cyber e budget infinitamente superiori...».

Si è parlato di possibili contatti con Cambridge Analytica di vari partiti italiani.

«Io non me ne sono occupato personalmente. Non ho prove, non voglio speculare. Ma da quello che mi hanno detto i Cinquestelle avevano avuto contatti con Cambridge Analytica, credo tramite Bannon. Di più non so».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il direttore di "Repubblica" a Pordenonelegge

Molinari: “Il data journalism è la sfida per capire il mondo”

di Annarita Briganti

PORDENONE – Un libro per capire che un nuovo modo di raccontare le cose è possibile. Maurizio Molinari presenta il suo nuovo saggio, *Atlante del mondo che cambia* (Rizzoli), a Pordenonelegge – la “festa del libro con gli autori”, a Pordenone fino a domenica –, ed è subito *data journalism*. Dai conflitti al sovranismo e al populismo, dalle migrazioni al razzismo e alle disuguaglianze, dalla parità di genere, in uno dei capitoli più belli, all'ambiente e alle epidemie: i fronti caldi del momento analizzati con le parole, delle quali non possiamo fare a meno, con le mappe e con i dati, protagonisti dell'opera. «Il giornalismo incrociato con i dati per una informazione di qualità» dice il direttore di *Repubblica*, a proposito del senso di questo progetto, che analizza con questi tre livelli di lettura le sfide del nostro tempo. «Avendo vissuto

molti anni all'estero ho visto nascere il *data journalism*. Se li cerchiamo, i dati ci sono, presso istituzioni, associazioni, volontari, singoli, banche dati create negli ultimi vent'anni, pubbliche e private, ma servono professionisti in grado di trovarli» dichiara Molinari, che ricorda come al Politecnico di Torino e alla Bocconi di Milano ci si possa laureare in analisi dei dati, per poi lavorare eventualmente anche nell'editoria. «Una delle scoperte più interessanti dell'*Atlante del mondo che cambia* riguarda i dati delle migrazioni all'interno dell'Africa e dell'Asia. Nel caso dell'Africa la mappa degli spostamenti interni coincide con i cambiamenti climatici. Dove i cambiamenti climatici infliggono i danni maggiori, le popolazioni tendono a spostarsi. Un dato che ci dice come questo secolo sia diverso dal precedente» spiega il direttore, in un ex cinema diventato un centro culturale.

Durante l'incontro, è inevitabile parlare anche di Covid e di emergenza sanitaria, davanti a un pubbli-



Maurizio Molinari a Pordenonelegge con Omar Monestier

co super disciplinato, con la mascherina, che rispetta il distanziamento, si fa misurare la febbre prima di entrare in sala. «Nelle democrazie, che hanno a cuore la salute dei cittadini, aumentano le famiglie che non riescono neanche a comprare i farmaci di prima necessità. In uno Stato sociale il ministro del Tesoro dovrebbe dire che queste spese sono coperte dallo Stato, ma la verità è che le democrazie non hanno risorse sufficienti per garantire ai cittadini la copertura sanitaria totale» ricorda Molinari. Nel passaggio dal Novecento al XXI secolo è cambiato (quasi) tutto, e con il virus – che leggendo bene i dati sulle ultime epidemie avremmo potuto prevenire – ancora di più. «In una nuova stagione non servono meno politici, ma, all'opposto, politici più preparati, che abbiano nuove idee, in grado di essere leader visionari. Ed è necessaria una intesa tra chi ha le risorse, tra Stato e imprese, in un grande brainstorming su come rendere migliore la società».