

Mi ero appena affacciata sull'oscuro universo dei big data e degli algoritmi, che già ne venivo travolta.

Più il professore spiegava più non riuscivo a capacitarmi di quanto ogni nostro gesto, dal più social a quello più intimo, fosse osservato, registrato, monitorato e sfruttato dalle aziende che si spartiscono e si litigano le nostre vite come fette di torta. Questa violazione del privato mi ha ammaliata, con un effetto simile al fascino dei *bad boys*. Quanto fanno i GAFA (Google, Apple, Facebook, Amazon) su di me, su di te, sui nostri figli, sui ristoranti che frequentiamo, sui nostri gusti, e quanto su quello che ci sussurriamo all'orecchio nello spazio ristretto di una camera da letto? Qual è la formula magica, se esiste, per fare tutto ciò? Non è qualcosa che si possa calcolare, né concepire, soprattutto quando il segreto aziendale ci tiene all'oscuro del funzionamento di una macchina così grande, complessa, che agisce sotto la superficie del conoscibile e sopra quella dell'immaginabile.

Casualmente, qualche giorno dopo mi arriva una newsletter di *Sul Romanzo* e vedo un articolo dal titolo "Un algoritmo svela il bestseller perfetto". La mia curiosità cresce esponenzialmente, dato che i libri sono la mia passione e gli algoritmi amici-nemici che ancora devo conoscere. E allora, ecco il fatto: la piattaforma di scrittura online Inkitt, grazie alla collaborazione con la casa editrice Tor Books, nel 2017 farà pubblicare il primo bestseller scelto da un algoritmo. Il libro è *Bright Star* di Erin Swan.

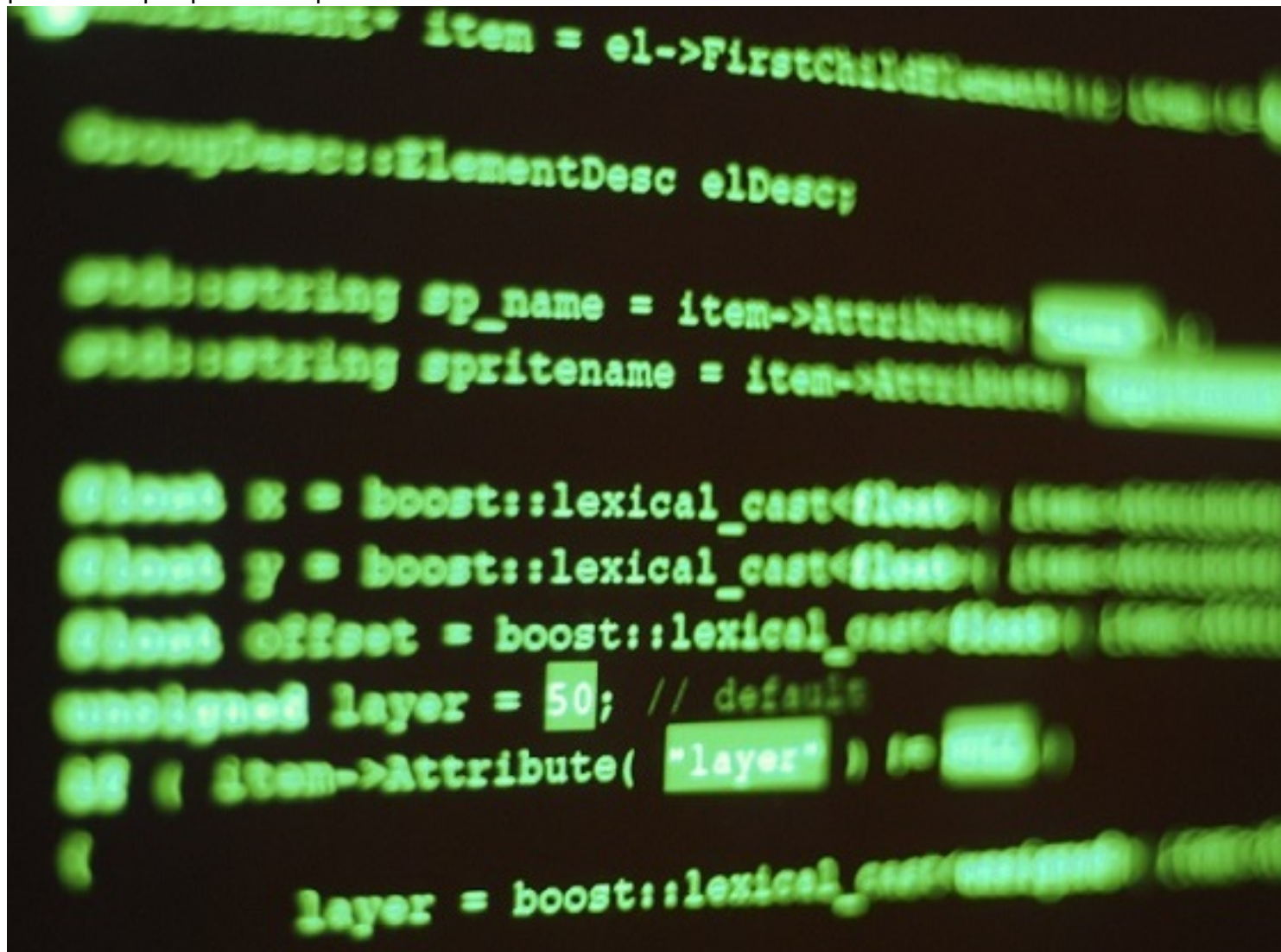
La mia prima reazione è stato un rifiuto di pancia, dovuto a una immagine improvvisa che mi si è palesata, quella di una fila di codici che scrivono libri (di articoli e libri scritti da algoritmi ci sono già diversi esempi), che dettano regole alla creatività umana, ingabbiandola in un giudizio senza giudizio, perché un giudizio prevede che vi sia un cervello che lo formuli. E ancora codici che si infilano come fumo sotto le fessure della porta di casa, che ci entrano nel naso quando ispiriamo, che ascoltano i nostri respiri durante il sonno e le parole libere che scambiamo tra amici. Li vedo, cifre e numeri incomprensibili, prendere i nostri gusti e meccanizzarli, privandoci d'una delle cose più umane che possediamo e che continua a mettere alla prova qualsiasi ricerca sociale sui comportamenti dei consumatori. Statistiche e dati, dati: accumulano dati e ci impacchettano in target stereotipati e in obiettivi a cui sparare con pallottole di prodotti studiati ad hoc. E fanno tutto. Fanno cosa desideravamo, cosa desideriamo e cosa desidereremo, e per questo ci vengono incontro: che gentili, vero?

Ora, ammetto che forse la prima visione sia alquanto catastrofica.

Vorrei però sottolineare delle questioni etiche, morali e di sistema umano che ci possiamo porre in un caso come questo. Per prima cosa: dove va a finire la creatività? La strada sicura che porta il libro ad incrociarsi e adattarsi ai gusti del pubblico si sta già sviluppando su piattaforme come Wattpad, dove le case editrici vanno a mettere il naso per pescare i (futuribili?) successi editoriali, evitando – paradossalmente – la bella scrittura, per premiare quei testi che a loro giudizio possono soddisfare appieno il gusto dei lettori. Qui spunta il cagnolino che si morde la coda: è il pubblico che ha gusti del genere o è il mercato editoriale che li plasma, dal momento che non offre altro? Chi influenza chi?

Si torna così alla questione dell'uovo e della gallina; quindi, meglio lasciar perdere. Se non ci si può dare una risposta, però si può interrompere questo circolo vizioso, scoprendo magari che la

letteratura è un'altra cosa rispetto al fenomeno di *After*, giusto per citare un titolo a caso. Ma chi può uscire per primo da questo limbo?



Su certe case editrici non farei troppo affidamento: non resta che sperare che i lettori abbiano una illuminazione – magari riprendendo in mano Calvino – o almeno uno scrupolo di coscienza: non stiamo forse uccidendo la letteratura?

Se ci si mettono pure gli algoritmi a dettare le leggi del presunto gusto dei lettori, potremmo superare il record del degrado dell'arte. Altra questione è quella che fa spesso pensare a scenari più distopici, fantascientifici: la sostituzione dell'uomo con la macchina. Non credo che gli algoritmi arriveranno a buttarci fuori a calci a suon di bit dalle nostre postazioni lavorative, ma il sospetto di un infiacchimento degli editor c'è. I quali, vedendo che il lavoro grosso lo fa l'algoritmo, potrebbero abbassare l'asticella delle loro responsabilità. Le case editrici sono imprese, devono pur sopravvivere, e andare incontro ai lettori è una priorità per riuscire a farlo; questo però va accompagnato da una missione che non dovrebbe fare l'occhiolino a incassi stellari, ma a una qualità letteraria che possa mantenere alto il suo ruolo di intermediario culturale.

I bestseller dovrebbero essere come le valve di un'ostrica che proteggono la perla, in questo

## Se il Bestseller lo Sceglie un Algoritmo

Scritto da Alice Bottoni

---

caso la bella scrittura. Come potrebbe un algoritmo fare questo ragionamento? Senza dimenticare che la passione per il proprio lavoro, l'esperienza e, perché no, l'emozione, possono guidare verso la scelta giusta molto più che un algoritmo dalla potenza da supereroe. C'è da dire che le vetrine delle librerie, le classifiche dei bestseller e i premi letterari ci spiattellano davanti agli occhi titoli pubblicati proprio allo scopo di mantenere lo status quo, e al diavolo il bello scrivere, ma per lo meno questo si può imputare a decisioni ed errori umani. Dunque c'è sempre una piccola speranza di riscatto. Certo che l'ottimismo s'affloscia quando si viene indotti a comprare un titolo per sfinimento. E gli algoritmi? Se davvero cominciassero a decidere quali sono gli elementi ideali per un perfetto bestseller, vetrine e classifiche sarebbero ancora più raccapriccianti, perché verrebbero proposti con ancora più insistenza gli stessi identici elementi ricombinati in varianti che in realtà non variano un bel niente, e alla fine leggeremmo la stessa identica storia, ripetitiva, priva di originalità e di estro: una storia più macchina e meno uomo. La storia di un prodotto industriale.