

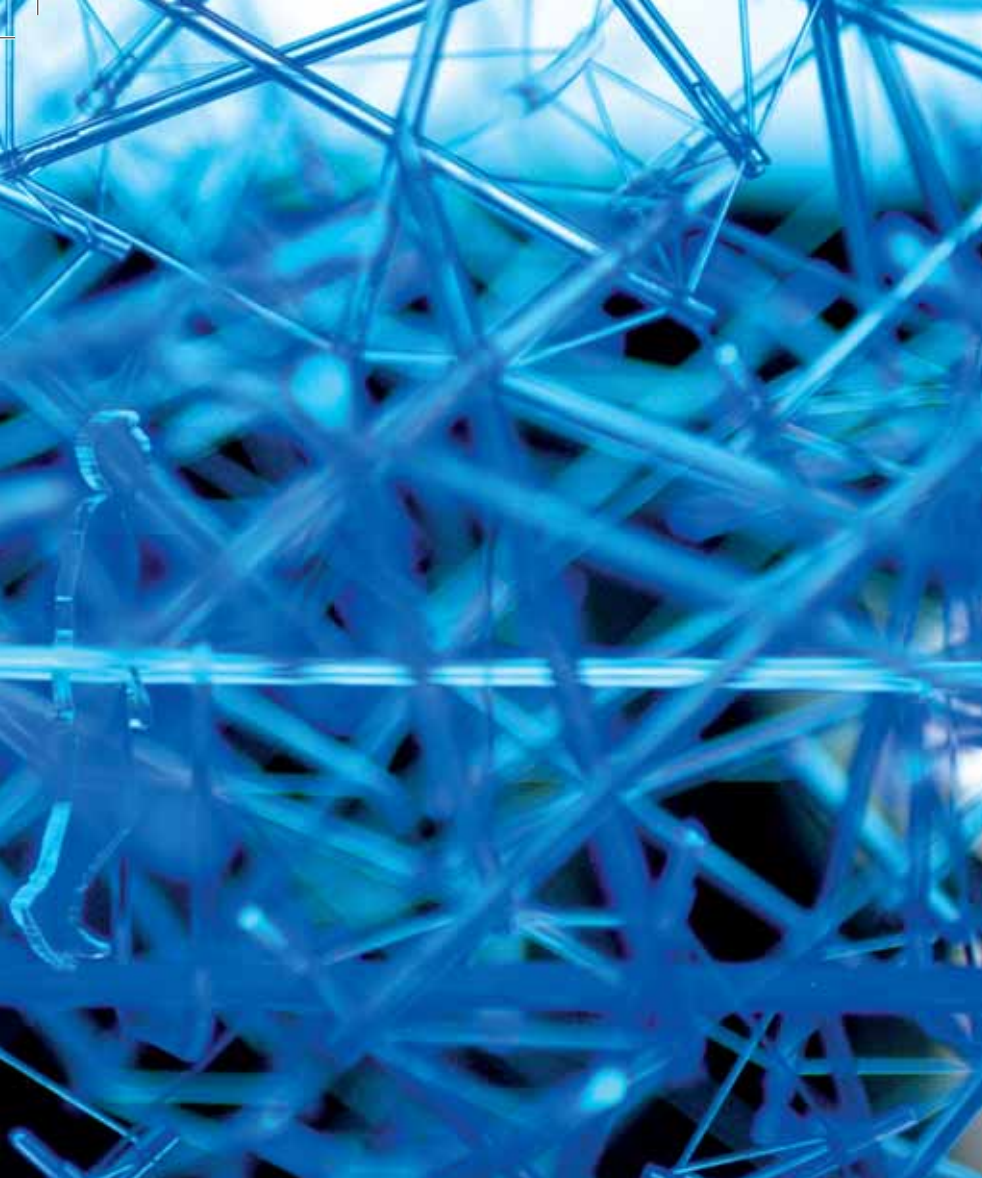
Ognuno di noi ha il suo quotidiano preferito, cartaceo o in Rete. Un tg, un programma radio o tv, certi libri. Andiamo a cercare l'articolo di quel giornalista o il libro di quell'autore perché ci piace come ragiona, la pensa in modo simile al nostro, sentiamo una naturale affinità. In fondo, vedere confermate le nostre convinzioni ci fa stare meglio, è tranquillizzante, dà senso alla vita. Tanto più oggi, in una società "liquida" in cui punti di riferimento non ce ne sono più o cambiano troppo rapidamente, e abbiamo quindi bisogno di certezze, valori, idee sicure e "giuste" su cui basare la vita, le discussioni con gli amici, l'educazione dei figli.

Piccolo mondo

Se si esagera, però, il rischio è chiudersi nel proprio piccolo mondo, limitato e senza dubbi. Irrigidirsi progressivamente, perdendo la capacità di capire l'altro e confrontarsi col diverso. Certo, allargare gli orizzonti, accettare di modificare le proprie idee è più faticoso che rimanere nelle proprie sicurezze, ma ne va della nostra sanità mentale: siamo infatti costruiti per essere in relazione, amare, condividere, progredire. Anche a livello del nostro cervello, la recente scoperta dei neuroni cosiddetti "specchio", specializzati nel prevedere in anticipo le intenzioni degli altri, indica che empatia e condivisione fanno parte del nostro bagaglio di base. Conviene quindi ogni tanto comprare un giornale diverso, vedere un altro tg, farsi venire qualche dubbio e mantenere l'elasticità di mente, ascoltare l'amico con un'idea contraria alla nostra. Magari c'è qualcosa di buono nelle sue parole, un pezzetto di verità che non avevamo considerato. È importante farlo, oggi più che mai, perché anche il mondo della Rete sta cambiando.

PECORE IN RETE?

IL DUBBIO E GLI AMICI REALI
COME ANTIDOTI AL CONFORMISMO
DILAGANTE ANCHE SUL WEB



Come difendersi dall'alleanza tra tecnologia e pubblicità? Sotto: i nuovi cellulari si comandano a voce.

si adatta a me!), o vendendoli a terzi. È il lucroso nuovo mercato, il mercato dei comportamenti. Nel frattempo, per farci “contenti”, ci fanno vedere i risultati che “vorremmo” ricevere, confermano le nostre idee, restituiscono quello che già gli abbiamo fornito come informazioni su noi stessi e la nostra vita. In automatico, cioè con programmi preparati da tecnici di cui non conosciamo né etica né fini.

Recinto

In pratica siamo considerati pecore, ognuna “sola” nel suo piccolo recinto. Ognuna che può vedere solo l'erba a un metro dal naso, perdendo contatto con le idee, i dibattiti, i sogni, i bisogni degli altri. Quel che succede nel mio giardino diventa più importante delle tragedie e degli interessi globali, mentre qualcun altro pensa per me, seleziona gli acquisti da propormi e le informazioni da fornirmi, influenza la concezione che ho del mondo e di me stesso. Naturalmente io, pecora, non so cosa “non” mi fa vedere e perché, qual è il profilo che il sistema ha stabilito per me. Non posso uscire facilmente dal recinto, non è previsto che io desideri cose diverse da quelle scelte nel passato o voglia battermi per un'idea nuova insieme ad altri. Meglio da solo e possibilmente un po' infelice, perché la gente felice consuma poco e in modo ragionato. Intanto in Svezia metà delle famiglie sono formate da una persona sola, che passa molto tempo su Internet, mentre negli Stati Uniti *Google* e *Facebook*, i padroni dei recinti, sembra abbiano deciso entrambi di sostenere un preciso partito politico.

Personalizzazione

Tutto è cominciato nel dicembre 2009 quando *Google* ha lanciato le ricerche personalizzate. Significa che se due persone, su due pc, cercano la stessa cosa, il sistema propone risultati diversi. Lo fa perché conosce le nostre preferenze politiche, sessuali, professionali e religiose, i gusti, la cultura, le tendenze, la localizzazione geografica, le amicizie, i valori, le emozioni, il carattere. *Gmail*, *Facebook*, *YouTube* e molte altre reti sociali offrono servizi gratuiti ormai indispensabili, mentre accumulano e analizzano i nostri dati, senza controllo, usandoli a scopi pubblicitari immediati (la pubblicità mi conosce e



Giuseppe D'Alagni



Tecnologia

E la tecnologia corre. È possibile *taggare* in automatico, cioè identificare chiunque è immortalato in una foto o filmato messo in Rete; quindi se una pecora scappa dal recinto può essere rintracciata facilmente. *Apple*, *Google* e altri marchi stanno portando Internet dentro la tv, che ora è anche in grado di selezionare automaticamente i programmi, basandosi sul profilo *Facebook* dello spettatore. Il nuovo iPhone 4s permette di impartire comandi a voce, primo passo di un progetto ambizioso che vuole integrare cervello e tecnologia, per comandare pc e telefonino col pensiero. La tendenza insomma è fondere le tecnologie nell'uomo, potenziandone la capacità di comunicare. Ma per fare cosa? Qualcuno sostiene che le reti sociali sono disegnate per soddisfare l'esigenza tipicamente femminile di comunicare sempre ogni dettaglio, mentre non appagano le esigenze maschili. Altri ribattono che non aiutano né maschi né femmine, perché a

forza di esprimersi come i computer – con messaggi brevi, veloci, asettici, cioè senza riflessione, contatto diretto e coinvolgimento emotivo –, si diventa, specie i bambini, incapaci di intuire e interpretare i sentimenti altrui, finendo per essere freddi e distaccati nei rapporti.

Conformismo

Vent'anni fa, quando fu pubblicata la prima pagina web, i fondatori ipotizzavano l'avvento di una democrazia basata su nuove possibilità di interazione, una mente collettiva o qualcosa del genere. Le cose non sono così semplici. Recentemente Zuckerberg, il padrone di *Facebook*, ha deciso che la condivisione deve diventare obbligatoria (sempre per motivi di introiti pubblicitari): ogni volta che guardo, compro o ascolto qualcosa i miei amici devono saperlo subito, senza bisogno di cliccare su "mi piace". Studi recenti sembrano però confermare che sapere cosa scelgono

Si moltiplicano gli esperimenti per comandare oggetti tecnologici tramite la sola scansione del cervello.

gli altri non aiuta, anzi fa aumentare l'effetto conformismo: in pratica si sommano le superficialità e gli errori di valutazione, mentre si rafforzano i pregiudizi. Tendiamo ad imitare, a diventare gregari, pecore appunto, convinti di sapere quello che facciamo, mentre in realtà scegliamo sulla base di un orizzonte limitato.

Maturità

Naturalmente per chi è esperto esistono tanti mezzi per uscire dal recinto, per esempio utilizzando un software aperto come *Firefox* o disattivando certe funzioni di *Facebook*. Ma il problema resta, perché la Rete sta cambiando configurazione al suo interno. Per questo sono importanti appelli come quello dell'*Internet governance forum*, da poco conclusosi a Trento, che chiede di garantire la neutralità della Rete, definendo al più presto la Carta dei diritti di Internet. Più importante ancora, però, è il proprio approccio personale alla vicenda: si può ridurre il tempo che si passa (da soli) sui siti sociali, facendo anche attenzione alle tracce che si lasciano, e soprattutto si possono diversificare le proprie fonti informative e i siti visitati, rendendo quindi difficile per il sistema definire rigidamente il nostro profilo. Il vero antidoto, alla fine, resta quello di avere una ricca vita reale, ricca nel senso di relazioni e amicizie solide, sincere, varie e coinvolgenti. Se questo aspetto della nostra vita è a posto, allora non dobbiamo temere i recinti, di Internet o della nostra mente.

Giulio Meazzini