

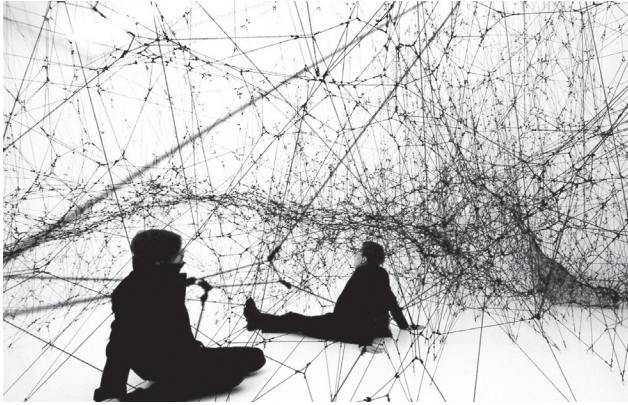


Numero 31 - Luglio 2017

A cura del GRC (Gruppo Referenti Cultura)

Email: noa-grc@equip-es-notre-dame.it

## Cultura digitale: una nuova “emergenza” umanitaria?



“COSA C’È DI PEGGIO DI UN MONDO DOMINATO DA INTERNET? UN MONDO SENZA INTERNET”

(Paragh Khanna – Connectography – Fazi Editore 2016)

Ogni epoca interroga l’uomo e pone problemi a cui l’uomo cerca di dare soluzioni più o meno adeguate. Soluzioni che spesso a loro volta diventano nuovi problemi da risolvere. E così via. Chi pensasse di trovare nel Vangelo le istruzioni d’uso del mondo e quindi le soluzioni ai problemi che questo pone, finirebbe inevitabilmente col non capire che cosa sta davvero succedendo e, prima o poi, col rifugiarsi in qualche forma di fondamentalismo che non si occupa del mondo se non per condannarlo. Ma Dio non condanna il mondo

(Gv 12,47). Dio non ama il mondo che noi vorremmo che fosse. E neppure ama il mondo che noi crediamo che a lui piacerebbe. Dio ama proprio questo mondo così com’è (Gv 3,16). E infinitamente. Nulla di più, nulla di meno. Costa fatica ammetterlo, perché ciò significa che anche noi siamo chiamati ad amare il mondo in cui viviamo e a rendere ragione della speranza che è in noi (1Pt 3,15).

Bene. Qual è allora il tratto dominante, la nota prevalente, il problema più influente che interroga l’uomo nell’età presente e a cui l’uomo è chiamato a rispondere attivamente, pena la condanna all’insignificanza? Che cosa qualifica l’oggi, qui e in tutto il resto del pianeta, al punto che non ci si può sottrarre alla sua influenza se non in un illusorio isolamento? Da tempo tutto ciò ha un nome: tecnica. Siamo infatti da tempo e in modo sempre più accelerato immersi in quella che potremmo definire ‘tecnosfera’. Un fluido sottile e onnipresente nel quale respiriamo non con i polmoni, ma con la mente e i suoi movimenti, che sono concetti, desideri, proiezioni.

Quando diciamo ‘tecnica’ il pensiero va immediatamente agli innumerevoli dispositivi che affollano la nostra esistenza quotidiana. Ma in verità la tecnica è innanzitutto un modo di stare al mondo, un modo di pensare il mondo, un modo di praticarlo e di abitarvi. Noi infatti guardiamo sempre più ‘tecnicamente’ il mondo, intendendo con tale espressione un atteggiamento che tende a considerare ogni realtà quasi esclusivamente per il suo valore funzionale, cancellando progressivamente la differenza tra fini e strumenti. Quando infatti questi ultimi non sono più la semplice riproduzione di abilità fisiche, il prolungamento potenziato del corpo e delle sue articolazioni, ma si configurano sempre più come estensione di capacità mentali, di tratti che fino a ieri definivano in modo inequivocabile l’essenza dell’umano, allora si entra in una dimensione narcisistica in cui l’immagine, la realtà virtuale, diventa il modello da imitare, l’ideale a cui dedicare tutti gli sforzi di ricerca e innovazione. Abbiamo inventato il computer a immagine e somiglianza della nostra mente e ci siamo innamorati a tal punto di questo strumento da ritenere infine che sia la mente un’immagine del computer e non viceversa. Di qui lo spaesamento, il senso di impotente inquietudine che ci coglie nel presentire che l’originalità sorgiva di ciascuno di noi è minacciata, destinata forse a dissolversi nel mare digitale che tutti ci avvolge.

Che fare? La Parola, s’è detto, non fornisce istruzioni da cui dedurre vie di azione. Questo è il segno di quanto l’autonomia del mondo e dell’uomo stiano a cuore al Signore (Mt 22, 15-21 e Lc 12, 13-14). Ma il Vangelo ci offre un inequivocabile sguardo sul mondo, un orientamento, una disposizione verso tutto ciò che esiste e da questo dono di grazia dovremmo trarre ispirazione per discernere i ‘segni dei tempi’, che silenziosi maturano nel gigantesco e onnipresente movimento della tecnica. La complessità del mondo ha da tempo messo fine alle visioni unitarie e onnicomprensive di questo o quell’esperto pensatore e dobbiamo così accettare che il senso di ciò che accade e di ciò che occorre fare per sortirne bene possa scaturire soltanto da una ricerca integrata di più voci intonate a una comune speranza nell’uomo e nella sua capacità di mantenere alto lo sguardo nonostante tutto.

I contributi raccolti in questa NL provano a seguire questo stile. Buona lettura e buona tecnica a tutti.

Luca Robino

# Lo stato dell'arte dei social network. Da chi e quanto vengono usati oggi



I social network hanno segnato una rivoluzione nel nostro modo di comunicare, sia per quanto riguarda la nostra vita privata sia per quanto riguarda il nostro lavoro: sono ormai entrati a pieno titolo nella nostra quotidianità, dandoci la possibilità di inviare e ricevere messaggi, condividere esperienze ed informarci sul mondo, tutto in tempo reale. Grazie ai social, le persone sono sempre più connesse tra loro e con le varie attività che svolgono. Vediamo insieme alcune statistiche pubblicate da Nielsen che possono aiutarci il loro impatto e quanto la gente li ha resi parte integrante della propria vita.

Per iniziare, nel mondo gli utenti attivi mensilmente su Facebook sono 1,9 miliardi, su Youtube circa un miliardo, su Twitter, LinkedIn, Instagram, Snapchat e Telegram rispettivamente 328, 106, 500, 300 e 100 milioni. Ogni utente tra-

scorre al giorno una media di 40 minuti su Youtube, 35 su Facebook, 25 su Snapchat, 15 su Instagram e 1 solo minuto su Twitter, per un totale di 2 ore al giorno sui social network, fra una condivisione e l'altra. Pensiamo all'impatto di questo tempo sulla durata della vita media: noi esseri umani passeremmo su Facebook 1 anno e 7 mesi, su Youtube 1 anno e 10 mesi, su Snapchat 1 anno e 2 mesi, su Instagram 8 mesi e su Twitter 18 giorni.

In Italia, secondo i dati aggiornati al dicembre 2016, gli utenti mensili su Facebook, Youtube, Instagram, LinkedIn, Twitter e Snapchat sarebbero rispettivamente 30, 24, 14, 8 e 2 milioni. Va fatta anche una distinzione tra gli utenti da rete fissa e quelli da rete mobile: secondo le stime di Nielsen riguardo Facebook, a fronte dei 30 milioni di utenti mensili, ben 28 sono utenti da rete mobile.

In Italia passiamo mensilmente una media di 14 ore e 9 minuti su Facebook, 3 ore e 44 minuti su Instagram, 2 ore e 28 minuti su Snapchat e 2 ore e 17 minuti su Youtube. Secondo i dati raccolti da gennaio a dicembre 2016, ogni utente consulta il suo smartphone una media di 80 volte al giorno, cioè ogni 12 minuti.

Esistono social network per ogni gusto ed esigenza, con differenti ambiti di competenza che permettono modalità diverse di interazione, ma che hanno alla base le stesse funzioni: gradimento, commento, condivisione, che paiono essere le attività più praticate e desiderate dall'essere umano. I social media – come tutto il mondo del web – si evolvono ad una velocità davvero impressionante e tendono a entrare in competizione tra loro, una competizione in cui spesso il più grande fagocita il più piccolo (l'acquisizione di Whatsapp da parte di Facebook ne è un esempio, così come quella che Facebook potrebbe proporre a Netflix, nel caso in cui decidesse di aggiungere una tv on demand alla propria piattaforma).

La costante necessità di connessione porta sempre di più le persone all'acquisto di strumenti (device) più performanti e ad una copertura di rete (attraverso servizi offerti dalle compagnie telefoniche) sempre maggiore e più veloce, spendendo spesso più di quanto sarebbe sensato spendere rapportato alle reali necessità personali.

I dati che abbiamo esaminato ci dicono come attraverso i social network le persone siano oggi alla ricerca costante di connessioni e relazioni: queste tendono però a restare superficiali e raramente escono dai loro spazi virtuali per sfociare in un rapporto più profondo con le persone. Altrettanto costante è la ricerca di contenuti la cui proliferazione quasi bulimica, con la tendenza a prendere per vero tutto quello che si trova senza alcun livello di approfondimento, porta ad un abbassamento della cultura personale, ad una spiccata frequenza di isolamento dal mondo reale e accresce il livello di influenzabilità delle persone, come si può riscontare nei comportamenti di massa degli ultimi anni.

Naturalmente non tutto il mondo dei social rientra nelle derive negative descritte e questi strumenti, se utilizzati con attenzione e selezionando accuratamente fonti e stream di ascolto, possono essere efficaci per raccogliere molte informazioni utili e attendibili, e raggiungere ogni parte del mondo in maniera rapida ed estremamente efficace.

# Gli appunti e le riflessioni di Simonetta dalla conferenza “La comunicazione ai tempi di Internet. Approccio psicanalitico.” della Dr.ssa M. P. Venezia, psicologa-psicoterapeuta.



Sicuramente i media hanno segnato l'evoluzione umana, hanno determinato un enorme cambiamento storico e culturale in particolare negli ultimi decenni. Internet ci ha dato una grandissima risorsa, è un'importante finestra sul mondo, mi permette di stare a contatto con persone che altrimenti non potrei vedere. Questo era impensabile anche solo pochi anni fa! Internet ha sicuramente modificato il nostro modo di pensare, il nostro modo di parlare, ha creato nuovi codici di comunicazione e di linguaggio. Mi permette di stare a contatto con il mondo intero, però in un modo solitario e questo è, semmai, il lato negativo. Non dobbiamo demonizzare l'uso di Internet: quello che viene, invece, attaccato dagli studiosi dell'umano, quindi dagli psicologi, dagli psicoterapeuti, dagli antropologi, dai sociologi, dai filosofi, è semmai l'abuso del web, è l'intrattenersi troppe ore durante la giornata. Questo è il caso non solo degli adolescenti, ma anche di giovani e di adulti che si intrattengono molte

ore al giorno su Facebook, WhatsApp, Internet, Twitter, Instagram, YouTube, e chat infinite per incontri di tutti i generi. Tuttavia, anche l'uso di questa risorsa senza conoscerne le implicazioni sui diversi aspetti della vita personale e sociale può essere “pericoloso”, cioè portare a conseguenze a cui non avevamo pensato, che non volevamo, che non sono in linea con i nostri valori. Concentriamoci dunque sulle conseguenze dell'uso e abuso del web per capire gli eventuali pericoli, come prevenirli, evitarli e possibilmente curarli.

– Per definizione il mondo del web è un mondo virtuale e quindi la presenza dell'altro è una presenza virtuale. È cambiato il contesto e sono cambiate le regole della comunicazione quindi anche della relazione umana. Pensiamo, ad esempio, a quanto è fondamentale nella comunicazione tra esseri umani il comportamento non verbale. Immaginate quanto questo sta venendo a mancare, anzi quanto questo non esiste nel mondo virtuale: le espressioni del volto, la mimica, il tono di voce. È vero che poi arrivano ad aiutare le “faccine”, che possono spiegare meglio che cosa sto provando, però non è la stessa cosa del guardarsi negli occhi. Che cosa succede dunque a livello relazionale nel mondo del web? Innanzitutto nella rete sfumano le categorie sociali, perché siamo tutti uguali: chiunque può decidere di intervenire, di dire la sua, se vuole anche con la garanzia di non essere visto, di non essere identificato. La relazione diretta nella comunicazione, non c'è più. Non c'è il “faccia-faccia”, ma c'è sempre una modalità mediata dal mezzo, da uno strumento che è il monitor del computer piuttosto che di un cellulare. Nella conoscenza che mi fornisce il web non esiste il tempo, non esiste lo spazio. Internet ha anche deterritorializzato la relazione, non c'è più bisogno di un contesto. Pensate quanto poco ci muoviamo nell'ambito delle esperienze sensoriali quando siamo in chat! Ad esempio: il tatto è sulla tastiera; l'udito quasi non ti serve perché tanto la voce dell'altro non la senti; la vista nemmeno, non vedi il suo volto: non hai nessuna percezione dell'altro, quindi ci muoviamo sempre di meno nell'ambito della relazione “più tipica”.

– Che cosa succede, invece, a livello di pensiero, quindi a livello cognitivo? Il computer agisce in velocità, con un tipo di procedimento che non è proprio dell'intelligenza umana. Da un lato posso sapere molte cose contemporaneamente, dall'altro lato, però, questo mi espone al rischio di una conoscenza vaga, superficiale: infatti, se devo apprendere informazioni in velocità, va da sé che non ho tempo di approfondire e di elaborare quell'informazione; non ho tempo di “pensare i pensieri”. I testi scritti sul web il più delle volte sono ridotti al minimo, quindi parlano le immagini; è per questo che i neuroscienziati ritengono che alla lunga diventeremo un po' più ignoranti, perché si rinuncia alla complessità. Quello che interessa è sapere qualcosa in fretta, con poca fatica e in poco tempo, quindi il minimo sforzo per il massimo risultato. E quindi la conoscenza è sempre vaga e generica, perché non c'è il tempo per assimilare, non c'è più la voglia, non c'è più forse la volontà di fare fatica. Rischiamo di essere vittime delle “fake news”, delle bufale, perché la quantità di informazioni che ci arrivano su Facebook o su WhatsApp, spesso non richieste e non cercate e che magari ritrasmettiamo noi stessi, ci fa dimenticare di restare “vigile” e di verificare le fonti.

– Che cosa succede a livello esistenziale? Questo modo di percepire la realtà e di rapportarci con gli altri di fatto ci sta un po' sganciando da noi stessi, perché? Perché non c'è tempo di soffermarci a pensare, perché c'è sempre un rumore di sottofondo, perché siamo sempre bombardati

da tante informazioni. Sicuramente l'uomo si sta allontanando da quella che è comunemente chiamata introspezione, non esiste più il tempo per il soliloquio con l'anima. Chi sfugge dal proprio inconscio cede ai conflitti interiori, perché non si fa più certe domande: «Perché voglio fare questa cosa? A che scopo? Beneficerà me o gli altri? Che conseguenze avrà sugli altri?». Teniamo conto che questo non è propriamente una colpa del web, anche la nostra società ci sta portando un po' in questa direzione. È una società dove sempre di più ci viene chiesto di essere efficienti, prestazionali, sempre belli, magri, giovani, una società in cui devi avere successo, devi avere potere, devi avere denaro; il tutto possibilmente in modo veloce, facile, perché l'obiettivo di molti, è soprattutto questo: raggiungere il proprio benessere individuale quindi la propria insindacabile felicità, cercando soluzioni immediate e facili. L'individuo, oggi, sembra sempre più centrato sul presente, sul vivere l'attimo, trovare nel momento la migliore soddisfazione possibile. Vero, poi, che dopo poco quella soddisfazione è già svanita e quindi sei portato di nuovo a cercarne un'altra più forte di quella precedente. Noi sappiamo bene, però, che se vivo solo nel presente non ho nessuna prospettiva, cioè se non volgo ogni tanto uno sguardo al passato non posso capire l'oggi, e soprattutto non posso fare nessun progetto per il futuro: non esiste progettualità.

La perdita più grande è quella del legame, perché siamo sempre più lontani dai legami veri, dai legami profondi con le persone, e questo perché il legame è scomodo, genera frustrazione, genera incertezza. Il legame è impegnativo: stabilire nuovi legami e mantenerli richiede che ci impegniamo in prima persona, dobbiamo dare del tempo, dobbiamo dare ascolto, dobbiamo saper perdonare, dobbiamo saper accettare una delusione, tenere in conto che possiamo noi deludere e dobbiamo saper chiedere scusa. Insomma, vivere un legame rende la vita un po' più complicata, e in una società dove tutto deve essere liquido e veloce c'è sempre meno tempo e voglia di prendersi la briga di ascoltare empaticamente l'altro; per questo i legami diventano molto più superficiali, temporanei, sporadici.

– Che cosa succede a livello della morale? Un'altra delle caratteristiche della società di oggi è che si perde la legge del codice morale, il senso etico, la morale intesa come quelle semplici domande del tipo: «Cos'è bene? Cos'è male? Che cosa è giusto e che cosa non lo è?», oggi sembra che si possa fare tutto quello che vuoi perché la libertà ha preso quest'accezione, si pensa che essere liberi vuol dire: «Posso fare quello che voglio quando voglio, l'importante è non essere scoperti»: la paura è quella! Il mezzo di comunicazione di massa – e Internet tanto di più – non incoraggia un esame interiore che porti ad una assunzione di responsabilità individuale, bensì spinge a cercare colpevoli all'esterno e ti permette di dare dei giudizi e esprimere condanne sulle persone che non faresti se non il web non ti desse l'illusione dell'anonimato.

– Che cosa succede a livello psicologico? È sempre maggiore l'interesse verso se stessi, verso il proprio benessere ed è sempre più forte il bisogno di ottenere consenso, di essere visti, di ottenere approvazione, di piacere agli altri. Pensate anche solo alla moda dei "selfie": una valenza narcisistica un po' ce l'hanno!. Nella foto devo sempre esserci io. E poi postare la foto e spesso controllare quanti "like" e quante visualizzazioni ha ottenuto: tutto è molto centrato sul: «Io – Io – Io».

Se c'è un vantaggio che può aver portato il cellulare è quello di darci l'illusione della condivisione (in qualunque momento possiamo essere in contatto e sembra che siamo più in contatto di prima), ma in realtà quello che ci fornisce è più un surrogato di umanità, perché comunque c'è sempre la mediazione dello strumento tecnologico. Soprattutto ci sta diseducando a "sopportare la mancanza", non siamo più così forti per sopportare la frustrazione, la solitudine, perché il quotidiano diventa subito un vuoto angosciante: non si tollera più "la mancanza".

I cambiamenti repentini, veloci, simultanei, ci fanno sentire un po' spiazzati, è più difficile stare al passo, quindi è probabile che questo ci abbia fatto perdere dei punti di riferimento; non è che in passato fossero migliori, semplicemente c'erano; c'erano dei modelli molto più solidi, quanto meno anche solo dei modelli a cui dare contro, ma c'erano! Oggi se ci sono durano pochissimo, tutto sembra molto relativo e in questo anche gli stessi adulti a volte sembrano perdersi. È difficile che possa svilupparsi, in un ambiente del genere, un'identità solida con dei confini solidi. Si parla oggi, infatti, di personalità liquide: liquide non solo perché sempre più digitali, ma liquide perché inconsistenti, poco solide. Si parla di adulti adolescentizzati che fanno fatica ad entrare nel mondo adulto e quindi sembra che questa sia l'epoca in cui l'adolescenza sta durando sempre di più. Internet non crea patologie di per sé, non è che entrare in Internet e vivere nel mondo del web crei disturbi mentali, no! È vero, però, che l'abuso può scompensare qualcosa che esisteva già, quindi se c'è una predisposizione ad un certo disturbo, l'abuso del web può scatenare un evento patologico.

Il cellulare è molto più di un telefono; il cellulare ha veramente deterritorializzato la relazione: possiamo sentirci in qualunque momento e in qualunque luogo, quindi dal punto di vista affettivo ha sicuramente modificato la percezione della distanza tra me e l'altro; la distanza poi esiste lo stesso però ti dà un po' l'illusione che non ci sia! Non tanto la distanza fisica, ma la distanza affettiva, sentimentale, il cellulare ti permette di modularla un po' a tuo piacimento, il problema è che così per noi diventa sempre più difficile tollerarla quella distanza! Avrete sentito raccontare di persone che diventano invasive continuando a chiamare e richiamare; e provate a spegnere il cellulare qualche ora! Sembra che non siamo neanche più liberi di farlo! Quindi il cellulare ci fornisce l'illusione di onnipotenza, di poter controllare anche la vita dell'altro.

Nelle nuove versioni dei manuali diagnostici psichiatrici si potrebbe inserire questa nuova psicopatologia: "nomofobia". Nomofobia è un termi-



La telefonata invece implica il confronto con l'interlocutore, le idee e le risposte si formano nella discussione e nel dialogo tra i due. Alla fine ci vuole più iniziativa e più tempo: cercare la persona, dare e ricevere anche una comunicazione di contorno sugli affetti, la salute, che con la mail può essere molto stringata, ma che è invece così importante per la qualità del rapporto. Se si sommano le code delle andate/ritorno delle mail per arrivare a formulare un giudizio, una soluzione, con i minuti spesi in un confronto telefonico, quest'ultimo potrà allora apparire ancora vincente.

Si ha quindi come l'impressione che l'eccessivo uso di mail voglia tenere lontano la possibilità di un incontro simultaneo tra emittente e ricevente della comunicazione. La mail invece è fondamentale per altri tipi di comunicazione: argomentare, relazionare, tenere memoria, comunicare dati, inviare allegati, ecc.

Lo stesso ragionamento vale per Whatsapp piuttosto che un sms o Facebook: ognuno di questi strumenti ha una sua specificità e non va confuso con un altro. Su Facebook mi intrattengo con gli amici, ma se voglio ragionarci insieme non passo il tempo a chattare, meglio una telefonata o, ancora di più, vedersi per quattro chiacchiere. Su Whatsapp posso dare informazioni estemporanee, ma non discutere degli aspetti delicati della vita del mio interlocutore. Si può flirtare con i messaggi (come si faceva, e si fa, con i bigliettini scritti a mano), ma il primo bacio bisogna darlo sulle labbra (non virtuali).

Tutta questa confusione sui nostri mezzi di comunicazione ci fa perdere molto tempo, ma soprattutto genera spesso non pochi equivoci (le "flamewar", vere e proprie le guerre di insulti, via mail o su facebook) che non rendono un buon servizio a questi nuovi media, che di fatto invece, se usati bene, aiutano l'insaziabile desiderio dell'uomo di comunicare.

Ultimamente, poi, molte persone preferiscono discutere evitando continuamente l'incontro faccia a faccia. Sono soprattutto i giovani, ma anche non pochi genitori. Interrogati gli uni e gli altri dalla maggiore socio-psicologa dei media digitali, Sherry Turkle ("La conversazione necessaria. La forza del dialogo nell'era digitale", Einaudi, 2016, Euro 26), affermano che preferiscono sempre una comunicazione asincrona e a distanza (messaggi via sms, messenger, whatsapp) piuttosto che un incontro fisico personale perché si sentono così meno a disagio, controllano meglio le emozioni e le parole, possono fino all'ultimo correggere il messaggio scritto, mentre oralmente spesso hanno paura di dire anche ciò che non si vorrebbe dire, di cui poi ci si pente (ma che forse anche è vero).

Si vuole quindi evitare, arrabbiandosi, di "passare dalla parte del torto", come si usa dire. Ma è poi così vero che chi si arrabbia è in torto? Non ci sono dei momenti in cui anche arrabbiarsi serve infine alla comunicazione? Non è forse vero che dallo "scontro" può nascere l'"incontro" (come ha detto il filosofo Rorty)?

Un adolescente riferisce alla studiosa: "Tutto ciò che comporta l'uso della voce viene avvertito come un'intrusione", sia dall'emittente come dal ricevente; e la Turkle chiosa: "Di fatto si ammette che gli studenti non hanno difficoltà ad andare a letto insieme ma non sono capaci a parlare tra loro".

Non pochi adolescenti, ma anche adulti, sostengono di non essere in grado di sostenere una conversazione, di temere di non sapere sostenere il dialogo in presenza, per non parlare della disputa, dello scambio di opinioni serrato.

A volte sono gli stessi figli piccoli che chiedono ai genitori di smetterla con i messaggi: vogliono l'attenzione tutta per loro, non frammenti continuamente interrotti di attenzione. Siamo collegati con il mondo e spesso scollegati con il prossimo più vicino: infatti sempre più spesso si controlla in ogni situazione compulsivamente lo smartphone, anche nei momenti deputati al confronto, come quando la famiglia si riunisce intorno ad un tavolo per il pasto o gli amici si ritrovano in pizzeria.

Si tratta allora di riconquistare la conversazione, partendo dalla famiglia e dalla scuola (mantenere gli esami orali, evitare tanti test "a crocette"), immettendo nuove regole di comportamento, come ogni media nuovo ha sempre comportato (la punteggiatura che conosciamo e usiamo ora si stabilizza solo nell'era della stampa), usando i media digitali come stimolo di confronto (attraverso facebook mantengo un'amicizia e una consuetudine quotidiana con una parente argentina che non vedo da anni e di cui, altrimenti, avrei sicuramente perso le tracce), ma riacquistando anche una fiducia nella "parola" come momento vivifico di confronto e di crescita all'interno del dialogo che solo una finta scorciatoia – l'uso spropositato di email, messaggi, emoticon – per un momento ci dà l'illusione di poter eludere. Oltretutto, chiacchierare è anche piacevole. Luca Toselli, giornalista (tratto in parte da "L'ordine", inserto culturale domenicale de "La Provincia di Como", rivisto ed aggiornato).

# Letture e riflessioni di Gabriella: “Big Data: una rivoluzione che trasformerà il nostro modo di vivere – e già minaccia la nostra libertà.”



Il titolo di questo libro dice molto delle opportunità e dei pericoli per la vita sociale e personale che conseguono alle enormi quantità di dati personali in mano alle principali piattaforme internet (Google, Facebook, Amazon, Netflix etc). Proviamo a chiarirci un po' le idee.

Innanzitutto, vediamo la presentazione dei big data da parte di un sito italiano, Cloud Talk, che dai suoi editori viene così definito: “magazine online, ideato e realizzato con un preciso obiettivo: favorire il più rapido, efficace e consapevole processo di digitalizzazione del nostro Paese”, sito estremamente ottimista nella valutazione dell’attuale e futuro impatto dei Big Data sulle imprese e sulla società in generale:

“È importante iniziare con il dire che lo stesso termine Big Data è alquanto fuorviante. La traduzione grandi dati o grossi dati, infatti, fa pensare all’enorme quantità di dati oggi disponibili in diversi settori e, in automatico, porta a concludere che per rivoluzione Big Data si intendono le opportunità oggi disponibili di avere così tante informazioni al servizio business. Questa conclusione è vera solo in minima parte. Anche perché esistono settori dove i dati, per quanto ve ne siano davvero in ingenti quantità, non sono sempre disponibili a tutti e, soprattutto, non vengono sempre condivisi. Lasciando stare questo aspetto, che verrà ripreso in chiusura, l’effettiva quantità di dati oggi generati è abnorme: dai telefoni alle carte di credito usate per gli acquisti, dalla televisione agli storage necessari per le applicazioni dei computer, dalle infrastrutture intelligenti delle città, fino ai sensori montati sugli edifici, sui mezzi di trasporto pubblici e privati e via discorrendo. I dati vengono generati con un flusso così crescente che tutte le informazioni accumulate nel corso degli ultimi due anni ha superato l’ordine dei Zettabyte (1021 byte), segnando un record per l’umana civiltà. Come si diceva, però, per quanto di dati ve ne siano davvero in quantità indicibile, la vera rivoluzione a cui ci si riferisce parlando di Big Data non è questa, quanto la capacità di usare tutti queste informazioni per elaborare, analizzare e trovare riscontri oggettivi su diverse tematiche. La rivoluzione Big Data e, in generale, il termine Big Data si riferisce proprio a cosa si può fare con tutta questa quantità di informazioni, ossia agli algoritmi capaci di trattare così tante variabili in poco tempo e con poche risorse computazionali. Il paragone è presto e fatto: fino a poco tempo, uno scienziato per analizzare una montagna di dati che oggi definiremmo Small o Medium Data avrebbe impiegato molto tempo e si sarebbe servito di computer mainframe da oltre 2 milioni di dollari. Oggi, con un semplice algoritmo, quelle stesse informazioni possono essere elaborate nel giro di poche ore, magari sfruttando un semplice laptop per accedere alla piattaforma di analisi.

Questa è la rivoluzione Big Data. Questi sono i Big Data che presuppongono nuove capacità di collegare fra loro le informazioni per fornire un approccio visuale ai dati, suggerendo pattern e modelli di interpretazione fino a ora inimmaginabili. [...] I Big Data sono necessari e utili nei mercati business più disparati, dalle automobili, alla medicina, dal commercio all’astronomia, dalla biologia alla chimica farmaceutica, dalla finanza al mondo dei videogiochi. Nessun settore in cui esiste un marketing e dei dati da analizzare può dirsi indenne dalla rivoluzione Big Data. E questa rivoluzione tocca le vite di ogni singola persona senza che nessuno se ne accorga.

Ecco alcuni esempi di cosa sono capaci i Big Data. In ambito marketing, l’uso dei Big Data è familiare nella costruzione dei così detti metodi di raccomandazione, come quelli utilizzati da Netflix e Amazon per fare proposte di acquisto sulla base degli interessi di un cliente rispetto a quelli di milioni di altri. Tutti i dati provenienti dalla navigazione di un utente, dai suoi precedenti acquisti, dai prodotti valutati o ricercati permettono ai colossi del commercio (elettronico e non) di suggerire i prodotti più adatti agli scopi del cliente, quelli che solleticano la sua curiosità e lo spingono a comprare per necessità momentanea, permanente o per semplice impulso. Appartenenti ai Big Data sono gli algoritmi che riescono a predire se una shopper donna è incinta, tracciando le sue ricerche sul Web e gli oggetti acquisiti in precedenza, come lozioni e via discorrendo. Una volta individuato il particolare stato, a quella stessa utente si offrono offerte speciali e coupon su prodotti inerenti al proprio stato. Con l’aiuto dei Big Data, le stesse società emittitrici delle carte di credito hanno individuato delle associazioni inusuali per valutare il rischio finanziario di una persona. Secondo alcune ricerche di estrazione dei dati, infatti, le persone che comprano i feltrini per i mobili rappresentano i clienti migliori per gli istituti di credito, perché più attenti e propensi a colmare i propri debiti nei tempi giusti.

Nella sfera pubblica, ci sono tantissimi altri tipi di applicazioni per i Big Data:

il dispiegamento delle forze di polizia dove e quando i reati hanno una maggiore probabilità di verificarsi;  
lo studio delle associazioni tra la qualità dell'aria e la salute;  
l'analisi genomica per migliorare la resistenza alla siccità delle colture di riso;  
la creazione di modelli per analizzare i dati provenienti dagli essere viventi nelle scienze biologiche;  
e tanto altro ancora.

Un ultimo esempio, forse il più calzante, è il progetto condotto da Google. Mountain View, analizzando i gruppi dei termini di ricerca digitati dagli utenti sul proprio motore, era riuscito a prevedere (nel 2009) l'avanzamento dei focolai di influenza H1N1 nei territori degli USA più velocemente di come lo stesso ministero della salute non fosse riuscito a fare utilizzando i record di ammissione ospedaliera delle strutture sanitarie pubbliche e private.

Tutto questo sembra così fantascientifico, ma, in realtà, è solo una piccolissima frazione di quello che i Big Data potrebbero fare. Per quanto possa sembrare tutto così semplice, l'evoluzione dei Big Data non è così alla portata di mano per l'umanità. L'ostacolo preminente da superare è la diffidenza delle aziende, dei centri di ricerca e di taluni scienziati a condividere i dati su cui i Big Data potrebbero lavorare. A dimostrazione di questo, basti pensare alle Università dove vengono effettuati alcuni studi ai cui dati e al materiale di lavoro originale non è fornito libero accesso, se non si fa parte del team di co-autori. Così, il campo della medicina rappresenta quello dove forse c'è il maggior spreco di dati e le peggiori conseguenze: nonostante esistano i mezzi forniti dai Big Data, ogni giorno continuano a morire milioni di persone, anche perché i dati non vengono condivisi. Superata la diffidenza e l'ignoranza in questo senso, i Big Data possono supportare al meglio la raccolta, la classificazione, l'analisi e la sintesi dei dati di un determinato settore, offrendo informazioni preziose che vanno al di là del semplice dato grezzo.

Nelle ultime frasi sentiamo come viene demonizzato un approccio ai Big Data differente da quello ritenuto "utile" alla società, secondo valori che sono occidentali, ma non evidentemente cristiani.

In effetti, in un altro articolo dello stesso sito si conviene che: "La semplicità di accesso alle analytics, comunque, non può di certo avvenire se non con una adeguata formazione degli utenti al fine di garantire che gli strumenti vengano utilizzati in modo appropriato e per fare in modo che la fatica comunque profusa non sia inutile e vana ai fini delle decisioni aziendali. A fronte di tutti questi benefici che le analytics sono in grado di garantire da qui ai prossimi anni, c'è comunque il rovescio della medaglia: tutti questi dati e la semplificazione degli strumenti per analizzarli possono condurre a forti rischi di abuso, anche se c'è da dire che tali pericoli non debbano per forza essere peggiori di quelli già associati ad altre tipologie di strumenti di business intelligence."

Vediano alcuni articoli che rivelano altri aspetti di questo "rovescio della medaglia".

Un'inchiesta svolta da due giornalisti del Das Magazin di Zurigo, (H. Grasseger e M. Krogerus, *The Data That Turned the World Upside Down*, 28 gennaio 2017) vuole dimostrare come la vittoria elettorale di Trump sia stata facilitata da una società inglese, la "Cambridge Analytica", che nella sua presentazione sul sito promette: "I dati guidano tutto ciò che facciamo. Cambridge Analytica usa i dati per cambiare il comportamento del pubblico. Visita le nostre divisioni Commerciali e Politiche per vedere come ti possiamo aiutare". Pare che questa società sia in grado di "profilare", cioè di prevedere le aspirazioni, i desideri, le idee, i comportamenti di categorie di individui, se non addirittura di singoli individui, in modo da inviare messaggi personalizzati sulle loro preferenze al fine di convincere gli indecisi a votare un candidato piuttosto che un altro o ad andare a votare piuttosto che no. Questo lavoro di profiling sarebbe stato possibile sfruttando il lavoro di un'équipe inglese di neuropsicologi guidata da M. Kosinski, che, incrociando le risposte di milioni di persone a un test di personalità (raccolte con l'App MyPersonality) con i loro profili Facebook, ha dimostrato di poter predire, sulla base di 68 "mi piace" postati da un utente su Facebook, il colore della pelle (con una accuratezza del 95%), l'orientamento sessuale (88%) e l'adesione al Partito Democratico o Repubblicano (85%). Non solo, si possono determinare l'intelligenza, il credo religioso, l'uso di sigarette o alcol. Con 10 mi piace, utilizzando questo modello, puoi valutare una persona meglio dei suoi colleghi, con 70 conosci quella persona meglio dei suoi amici, con 150 meglio dei genitori, con 300 meglio del coniuge. Forse meglio di sé stessa.

Le conseguenze sono immense: puoi pensare di prevedere quello che "quella persona" farà e, se sei un governo, potresti pensare di arrestarla prima che commetta un reato, solo sulla forte probabilità che lo commetta. E poiché quello che viene definito "reato" o "comportamento antisociale" o "giusto", "sbagliato", "appropriato", "sano" può cambiare a seconda degli orientamenti culturali di una società, ma anche a seconda del vantaggio dei potenti, i dati che tu metti inconsapevolmente in rete possono diventare pericolosi per la tua libertà o anche "solo" per il tuo lavoro, per la tua probabilità di sottoscrivere una assicurazione per la salute o un mutuo etc.

Né si può immaginare che i dati, anche se resi disponibili in forma anonima, restino anonimi. Meyer-Schonberger e Cukier raccontano che i Big Data, grazie all'incremento e alla varietà delle informazioni che si possono incrociare, facilitano la reidentificazione: "Nel 2006 AOL (un internet provider americano) ha reso pubbliche un enorme quantità di vecchie queries, nel meritorio intento di aiutare i ricercatori a ricavare utili indicazioni. Il dataset composto da 20 milioni di queries digitate da 657.000 utenti era stato accuratamente anonimizzato. Informazioni personali come lo username o l'indirizzo IP erano state cancellate e rimpiazzate da codici identificativi numerici. [...] Eppure, nel giro di pochi giorni, il New York Times ha analizzato queries come "uomini single settantenni", "tè per la salute" e "giardinieri di Lilburn" arrivando a identificare nell'utente 4417749 Thelma Arnold, una vedova sessantaduenne di Lilburn, Georgia. "Diamine, è tutta la mia vita personale" ha detto al cronista del Times quando si è presentato alla sua porta "Non immaginavo proprio che qualcuno mi sorvegliasse". Appena due mesi dopo, nell'ottobre 2006, il servizio di videonoleggio Netflix ha fatto una cosa abbastanza simile. [...] Ha pubblicato gli ordini di quasi mezzo milione di utenti. [...] Anche in questo caso tutti i possibili elementi di identificazione erano stati accuratamente rimossi dai dati. E anche in questo caso è stato reidentificato un utente: una madre segretamente lesbica del Midwest conservatore, che ha poi citato in giudizio Netflix."

Ritornando a Cambridge Analytica, essa è una società satellite di SCL (Strategy Communication Laboratories). "Altri rami di questa società madre-continua l'inchiesta su Das Magazin— sono stati coinvolti in movimenti elettorali dall'Ucraina alla Nigeria, hanno aiutato la monarchia Nepalese contro i ribelli, hanno sviluppato metodi per influenzare i cittadini dell'Europa Orientale e i cittadini afgani a favour della NATO" In una intervista al Sole24 ore (Giovanni Minoli, 10 gennaio 2017) la ricercatrice italiana di CA, Federica Nocera, ha rivelato che la società, mentre era impegnata nel supporto a Trump nel periodo pre-elettorale, aveva a disposizione un database su circa 200 milioni di americani.

Evgenij Morozov, sociologo e giornalista bielorusso, esperto di nuovi media, fa notare come uno dei problemi di questo accumulo stratosferico di dati, riguardanti gran parte della popolazione mondiale con l'eccezione della Cina, è che essi siano in mano a poche compagnie della Silicon Valley. Questo rende molto pericoloso il non improbabile scenario futuro in cui un manager di una di queste società, se non Mark Zuckerberg stesso (uno dei fondatori di Facebook), potrebbe candidarsi alla Casa Bianca. Tanto più inquietante è la previsione che otterrebbe un larghissimo consenso perché internet facilita talmente la vista delle persone che ormai la gente pare insofferente al controllo e alle limitazioni che gli Stati cercano di porre a queste compagnie.

Non ci deve assicurare che tutti gli esempi si riferiscano agli Stati Uniti. Anche la società e la politica italiana pare funzionino così. Secondo l'analisi di Giuliano da Empoli (Newsletter Voltaitalia 13 febbraio 2017) "la forza del Movimento 5 Stelle si basa sull'unione paritaria di due componenti, quella analogica e quella digitale. [...] Grillo e Casaleggio in realtà decidono sulla base dei big data". [...]

Concludiamo con la riflessione di Meyer-Schonberger e Cukier: "I benefici per la società saranno innumerevoli, perché i big data entreranno a fare parte della soluzione a problemi globali impellenti, come il cambiamento climatico, la lotta alle malattie endemiche e la promozione del buon governo e dello sviluppo economico. Ma l'era dei big data ci obbliga anche a prepararci meglio per le sfide che la nuova tecnologia porrà alle nostre istituzioni e a noi stessi. [...] Che ruolo rimane all'intuito, alla fede, all'incertezza, all'agire in contraddizione con il dato empirico e all'apprendimento dall'esperienza?".

Manteniamoci quindi vigili e attenti perché Gesù dice anche a noi come alle folle "Ipocriti! Sapete giudicare l'aspetto della terra e del cielo, come mai questo tempo non sapete giudicarlo? E perché non giudicate da voi stessi ciò che è giusto?" (Lc, 12,55-56).

# Suggerimenti per l'approfondimento



Nello Speciale TG1 di domenica 29/01/17 viene presentato lo scenario tecnocratico (non intendete il termine in senso ideologico, ma proprio in senso tecnico e tecnologico) prossimo venturo. A partire dall'esempio della città-stato di Singapore vengono descritte iniziative e realtà nelle quali i confini classici tra io-tu-noi, uomo-macchina, spazio-tempo, economia-politica-diritto-lavoro e quant'altro sfumano e si trasformano ciascuno in ciascun altro. Dalla città-stato di Atene ci è giunta la democrazia. Con Singapore, guarda caso, siamo di nuovo alle prese con la forma città-stato e chissà che cosa ne deriverà in quest'epoca in cui tutto è post: la post-democrazia?

Di grandi agglomerati urbani come fulcro del presente sempre più futuro si parla tra l'altro in 'Connectography' di Parag Khanna, un giovane e brillante stratega geopolitico, che ci spiega come le 'supply chains' stiano ridisegnando la geografia del pianeta e come la divisione tra connessi e non connessi stia subentrando ad altre più classiche categorie di inclusione/esclusione tra gli uomini.

E' un bel tomo di enne pagine, ma vale davvero la fatica – si fa per dire – di leggerlo. Per cercare di capire che cosa sta succedendo in noi e fuori di noi non servono le scorciatoie. Queste, di solito, servono solo a costruire nuovi muri e a portare prima o poi nuovi lutti.

Le incognite e le criticità insite nei nell'alta tecnologia e nei social media sono al centro del film *The Circle*, tratto da un romanzo di D. Eggers e uscito in Italia ad aprile 2017 (Regia di James Ponsoldt, un film con Emma Watson, Tom Hanks, John Boyega, distribuito da Adler Entertainment e GoodFilms), dove viene descritta una società al limite del distopico, perché richiede ai suoi dipendenti una "trasparenza" che è accesso indiscriminato ad ogni dettaglio della loro vita personale.

Si esplora così il limite fra la possibilità di intervenire in positivo su ogni aspetto della propria quotidianità grazie alle nuove tecnologie e il rischio di vedersi così privati di ogni privacy. *The Circle* sfiora temi di grande attualità, come le incognite della democrazia diretta, la persistenza di una stanza dei bottoni al di sopra di ogni ideale di condivisione totale e la possibilità (o la certezza?) che qualcuno utilizzi tutte le informazioni fornite, per lo più su base volontaria, dagli utenti per scopi non esattamente "trasparenti"

(estratto dalla Recensione di Paola Casella su <http://www.mymovies.it>).