

“Stay connected!”. Strumenti di life hacking

di Vincenzo Curion



Un adagio circolante in Rete da qualche tempo, recita che: *“Facebook sa chi frequenti, Amazon sa i tuoi sogni e i tuoi bisogni, Google cosa pensi”*. La massima cita solo i tre principali colossi del Web ma, a ben vedere, il discorso si potrebbe anche allargare a Instagram, diventato l’album fotografico sussidiario di Facebook e di altre piattaforme social come Twitter e Tumblr, quest’ultima una piattaforma dedicata al microblogging e al social networking. Seguendo nel flusso del ragionamento, LinkedIn ancora, potrebbe rappresentare il modo in cui

ognuno degli iscritti si fa largo nel mondo lavorativo, dà sfoggio della propria forza lavorativa, tra collaborazioni, referenze degli altri iscritti, contratti a breve e lungo termine, che costellano i profili di ogni iscritto. Quel che sta accadendo è che quotidianamente la nostra identità digitale, nata quasi per scherzo sul finire degli anni novanta, si solidifica sempre più, alimentata dal continuo flusso di dati che, attraverso i nostri device, diamo via con sempre più leggerezza. Il risultato è che, attraverso i vari profili e piattaforme, è sempre più possibile per un osservatore –benevolo? malevolo? –, ricostruire con scientifica certezza l’identità della persona che ha postato, -o svenduto? – le sue informazioni.

Dalla vacanza a Parigi, ai commenti estemporanei sotto un post di un altro utente, che molto potrebbero dire sulle nostre idee politiche, sui nostri convincimenti sociali o religiosi; dalla preferenza per la marca del detersivo alla remota esperienza di commesso per pagarsi gli studi, ormai tutto quel che si condivide diventa appannaggio di tutti. Non soltanto gli “amici”, quelli che appartengono alla cerchia dei nostri contatti diretti, ma anche quelli che prima dei social avremmo giudicato come conoscenti, ed anche i conoscenti dei conoscenti ormai, hanno la possibilità di acquisire informazioni che diversamente non avremmo diffuso. In qualche modo la rete, all’epoca dei social ripropone come “format di comunicazione”, il modello del reality show.

Nel reality, allo spettatore è offerta la possibilità di assistere, a tutte le vicende del partecipante all’interno degli studios televisivi. Con la differenza che, il partecipante al reality sa che andrà sotto ai riflettori e che una parte della propria identità sarà oggetto di “pubblica lettura”. Rispetto allo spettacolo televisivo c’è da considerare l’aspetto della dimensione. La portata del web è estremamente più vasta e permette una diffusione pressoché senza limiti, di qualsivoglia contenuto. Anche se sussiste, almeno in Europa, il diritto all’oblio, un’informazione in Rete non è assolutamente certo che sparirà mai del tutto e per sempre. In altre parole, esiste il rischio non nullo, che una nostra qualsivoglia informazione resti per sempre imprigionata nei server da qualche parte, per tornare alla ribalta in maniera anche dirompente, in un qualunque momento futuro. Una seconda considerazione immediata, è sulla numerosità del “pubblico”. Che non è più quel nome collettivo che arriva a indicare una massa, generalmente indistinta, di persone. Oggi si parla di contacts. Che qualche purista della lingua tradurrebbe in contatti, dimenticando che il passaggio da un idioma ad un altro, porta con sé sempre un’interpretazione culturale di non poco peso. I contacts “dovrebbero essere” persone che sanno come raggiungerci e con le quali si entra, seppur labilmente, in connection. Ancora una volta, l’esercizio di rispettare il termine anglofono, vorrebbe spingere a riflettere sulla qualità del legame che s’instaura con questi contacts e di come la popolarità che deriva da questa nutrita schiera possa rivelarsi

un'arma a doppio taglio. Il fatto di poter essere raggiunto, per il condivisore, si traduce in un rischio o in un'opportunità? Il fatto che la foto scattata in un ristorante sia postata, si tradurrà in un allegro flash mob improvvisato tra il beniamino e i propri contacts, oppure servirà a creare un'adunanza di haters? E poi, la persona che condivide il proprio vissuto, con quali aspettative decide di condividere quel dato pensiero, foto o stato d'animo? Anche se solo attraverso il device, nessuno può dirsi al sicuro dall'influenza sociale. Nessuno riesce a non sentire in qualche modo la gratificazione che deriva dall'ultimo like ricevuto per il proprio post. Davvero nessuno rimane disinteressato per un cuoricino, una stellina applicata a quella foto che ci ritrae davanti ad un piatto al ristorante, o a bordo della piscina di un qualche locale. Tutto ciò, alla lunga, può rappresentare un rischio per l'integrità delle proprie scelte di vita: scegliamo per noi stessi o perché i contacts si aspettano che io scelga in quel modo?

C'è poi un altro aspetto da considerare, che dovrebbe invece destare enorme interesse e di cui non si parla abbastanza. È l'aspetto della coevoluzione tra soggetto utilizzatore della tecnologia e tecnologia stessa. Secondo Timothy Taylor, docente di Archeologia presso l'Università di Bradford, esseri umani e tecnologie, evolvono in maniera simbiotica. Il controllo del fuoco, le armi, gli utensili, i vestiti, l'allevamento, l'agricoltura, l'industrializzazione e più recentemente i vaccini, e perché no anche l'informatica, sono stati e sono gli strumenti e i motori della nostra evoluzione. In quanti si stanno chiedendo quali sono gli effetti collaterali del "motore Internet" nelle nostre vite? Probabilmente saranno veramente in pochi coloro che riflettono su come, di gratificazione in gratificazione, di like in like, il meccanismo partecipativo-premiale, messo su dai giganti del web, semini sommessamente valori e scopi che, fino a qualche decennio fa non avremmo considerato. Un minuzioso e ben tollerato hackeraggio, - un sabotaggio? -, delle proprie esistenze. Perché, *"I valori della vita che scegliamo, sono la bussola che darà una direzione al nostro futuro. Sono come le nostre impronte digitali, diverse per ognuno di noi e che chiunque di noi lascia ovunque vada"*.

La vetrina di Internet, per chi potrebbe essere vantaggiosa? Forse per un artista. Riuscire a condividere tutto di sé col pubblico, nel tentativo di raggiungere l'acme della vita stessa come forma d'arte, potrebbe essere estremamente allettante. Riuscire a monetizzare tutto della propria persona potrebbe essere uno scopo. Forse per la morigerata persona comune, che con la propria paginetta social, riesce a portare un po' della propria vita privata sotto i riflettori, mostrando le foto delle proprie relazioni, dei propri cari, dei propri momenti di euforia, di goliardia o anche di follia agli amici più lontani. Ma in questo secondo caso, il problema è nella misura di quanto si condivide ed anche che, dalla "porta della condivisione", che post dopo post, ricerca dopo ricerca, ognuno di noi apre, si affaccia una platea di persone con le quali forse non vorremmo confrontarci o alle quali, se le conoscessimo, non gradiremmo fornire tanti dettagli sulla nostra vita.

A far cadere le nostre difese, la nostra riservatezza è proprio l'idea dell'atmosfera di "amicalità diffusa", che si respira nel social o nella piattaforma di turno. La convenienza del prendere parte, dell'accedere, dell'acquistare fa sì che s'instauri un meccanismo di abitudine che in certi versi sfocia nel compulsivo e nel lesivo. È il caso ad esempio degli shoppers addicted, gli acquirenti compulsivi che, per il dilagare dei siti di e-commerce, hanno visto peggiorare la propria patologia, o sono sprofondata in una forma di dipendenza ancora più pernicioso: la shopping online addiction. Che dire dei nomofobici, le persone che soffrono della "sindrome della disconnessione"? La paura di non essere rintracciabili, di non avere lo smartphone a portata di mano, di non rimanere aggiornati su quanto sta accadendo nella propria cerchia digitale, non è forse un problema? Alla luce di questi due esempi possiamo veramente dire che la rete è neutrale per tutti? Se anche non si vuole guardare a questi casi che dire del tempo speso connessi a Internet? È veramente tempo speso bene? Finalizzato alla nostra crescita? Passiamo veramente il tempo a migliorarci quando navighiamo in Rete? Oppure essere in rete è come essere in un continuo flusso di chiacchiericcio e gossip? Nel 2019 la media

nazionale di connessione pro capite, era di 6 ore e 42 minuti. Di queste quasi sette ore, almeno 3 erano spese in navigazione dallo smartphone, lo strumento che tutti noi portiamo pressoché ovunque e sempre. Da questo device e dai nostri PC e laptop, è dilagato un enorme afflusso di dati che ognuno di noi ha regalato alle intelligenze che si celano dietro alle piattaforme adoperate. Data la situazione contingente mondiale, l'isolamento ed il distanziamento sociale impostoci dalla pandemia di COVID 19 che ha frustato il nostro Paese fin dall'inizio del 2020, il tempo medio di connessione è notevolmente aumentato, facendo anche aumentare le possibilità, di acquisti online, delle più disparate condivisioni, delle esternazioni sensate o bislacche, e delle ricerche. Con il che il nostro sentire, il nostro desiderare ed il nostro pensare sarà stato ancora di più oggetto dello studio da parte dei raffinati algoritmi messi in campo da ciascun social network, da ciascuna piattaforma di e-commerce. Che certamente avranno avuto modo di perfezionare, sulla scorta di queste informazioni, le loro proposte, aggiustando chirurgicamente le produzioni su macro e micro scala. Nessuno dovrebbe stupirsi dunque se l'alterità, intesa come qualcosa che non si attaglia al comune sentire, pensare e desiderare, rischi di affievolirsi, addirittura di sparire. La sua scomparsa è evidentemente il frutto di un'omogeneizzazione parcellizzata che sta producendosi in Rete. Poiché la percezione che ognuno ha è che nella propria cerchia tutti la pensano come lui, o almeno questo è quel che mostra la sua finestra digitale d'osservazione, perché mai non dovrebbe provare un profondo disagio e disappunto nel momento in cui un altro propone o addirittura vive, una condizione differente dalla propria? Quale e quanta parte del tempo dovrebbe essere impiegato invece nel confronto con ciò che è al di fuori della nostra comfort zone? Internet doveva essere, e forse lo è ancora, una finestra sul Mondo. Uno spiraglio per conoscere l'eterogeneità della grande cultura umana. Ma non è che invece di permettere l'apertura di nuovi orizzonti, sta provvedendo a cancellare prospettive?

Bibliografia e Sitografia

- Michele Mezza, *Algoritmi di libertà*, 2018 Donzelli Editore
- Timothy Taylor, *The Artificial Ape: How Technology Changed the Course of Human Evolution*, 2010 Palgrave Macmillan
- <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338>
- <https://www.lastampa.it/tecnologia/news/2019/02/03/news/quanto-tempo-passiamo-su-internet-1.33678389>
- <https://www.panorama.it/internet/shopping-online-dipendenza>
- <https://www.psychguides.com/behavioral-disorders/shopping-addiction/>
- <https://blog.swoopdigital.com.au/ecommerce/ecommerce-trends-stats>
- <https://www.michaelshouse.com/blog/online-shopping-addiction/>
- <https://www.stateofmind.it/tag/nomofobia/>

Associazione
BLOOMSBURY
Editore



OSCOM-ONLUS
Osservatorio di
Comunicazione

QUINDICINALE ON LINE
DIRETTORE FRANCO BLEZZA
Anno XVIII Numero 22

SAGGI

autorizzazione 5003 del Tribunale di Napoli – ISSN 1874-8175 del 2002
DIRETTORE RESPONSABILE CLEMENTINA GILY
GIORNALE DI FILOSOFIA ITALIANA 15-30 novembre 2019