

IL GENOMA DELL'IO DIGITALE

Indicazioni, messaggi, contatti, tutto a portata di touch. Come sta cambiando la nostra vita questo continuo flusso di informazioni? Un team di ricerca di Stanford ha proposto di creare l'equivalente della mappatura del Dna umano per registrare i nostri comportamenti davanti agli smartphone

di **MASSIMIANO BUCCHI**

In poco più di un decennio la diffusione degli smartphone ha cambiato profondamente la nostra vita quotidiana, mettendoci a portata di touch un continuo e potenzialmente sterminato flusso di informazioni, indicazioni, contatti, messaggi. Di questo ormai siamo tutti consapevoli. C'è però una domanda cruciale a cui non siamo ancora davvero in grado di rispondere: come la stanno cambiando?

Certo, conosciamo i numeri, o almeno i numeri che i colossi dell'economia digitale (Google e YouTube, WhatsApp e Facebook, Twitter) hanno ogni interesse a sbandierare di fronte alla propria clientela pubblicitaria, ovvero le cifre da capogiro di utenti, visualizzazioni e like.

Ma questi dati non ci dicono molto sull'importanza che attribuiamo a ciò che vediamo sui nostri schermi e ancor meno sugli effetti concreti. Sono gocce di contenuto che scorrono via come su un parabrezza, magari strappandoci un sorriso o un momento di indignazione per poi lasciar posto ad altro? O sono gocce che nel lungo periodo scavano le nostre convinzioni e i nostri atteggiamenti più profondi, stordendoci con le fake news, spingendoci alla diffidenza verso i vaccini, incoraggiandoci al "terraplattismo" e plasmando non solo le nostre preferenze di acquisto o i nostri ascolti musicali ma perfino la nostra partecipazione politica?

Questa seconda linea interpretativa, che ci riporta a una concezione "forte" degli effetti dei media, caratteristica della prima metà del secolo scorso, si è particolarmente diffusa nel dibattito pubblico negli ultimi anni, soprattutto a seguito di eventi politici quali l'elezione di Donald Trump alla Presidenza degli Stati Uniti e l'esito inaspettato del referendum sulla Brexit. Il classico esempio portato a sostegno di questa ipotesi è l'ormai celebre reportage della giornalista dell'*Observer*, Carole Cadwalladr, sul massiccio voto pro Brexit a Ebbw Vale, una cittadina del Galles tanto priva di immigrazione quanto ricca di fondi e investimenti europei. Quel voto irrazionale e incongruo, secondo le testimonianze raccolte dalla giornalista, era da attribuire alla martellante disinformazione diffusa su Facebook nel periodo precedente al voto. Tuttavia, se da un lato la storia ci ha dato purtroppo numerosi esempi di come i comportamenti politici ed elettorali possano essere viscerali, irrazionali e perfino contrari agli stessi interessi degli elettori, le scienze sociali conoscono bene quanto le persone siano inclini a forme di "razionalizzazione ex-post". Di fronte a una scelta che consideriamo a posteriori sbagliata o socialmente poco accettabile, siamo portati ad attribuirla a qualcun altro, tanto più se è un'entità distante e indefinita l'informazione sui social media.

Anche il diffuso stereotipo che ci vuole prigionieri delle cosiddette *filter bubbles* (un termine introdotto dall'attivista web Eli Pariser secondo cui gli algoritmi ci imprigionerebbero entro bolle informative dominate da contenuti che rinforzano i nostri gusti e orientamenti) appare sempre più da ripensare. Secondo un recente rapporto del Reuters Institute for the Study of Journalism dell'Università di Oxford (*The truth behind filter bubbles: bursting some myths*), non vi sono studi empirici solidi che documentino in modo convincente una connotazione e un impatto forte di queste "bolle", mentre vi sono molti studi che ne evidenziano effetti perlopiù circoscritti a specifiche categorie di soggetti (poco interessati alla politica e scarsamente esposti all'informazione).

Ma anche gran parte di queste ricerche hanno difficoltà ad analizzare la frammentarietà e la varietà nell'utilizzo di applicazioni e piattaforme. Si può stare su Facebook per informarsi su eventi ai quali potremmo partecipare, per leggere notizie, per commentare foto dei nostri contatti, per seguire una lezione in diretta o una conferenza stampa, per acquistare o vendere qualcosa. E le stesse indagini basate su diari o questionari hanno una serie di limitazioni dovute ad esempio alla reticenza di ammettere certi comportamenti o anche solo di ricordarli correttamente. Al punto che una rassegna di oltre duecento studi scientifici pubblicati negli ultimi dieci anni non è riuscita a evidenziare tendenze chiare e sistematiche nel rapporto, spesso discusso, tra uso dei social media e benessere psicologico.

Di qui la proposta di un team di ricerca della Stanford University, guidato dallo studioso di comunicazione Byron Reeves, di creare l'equivalente del progetto di mappatura del Genoma Umano per mappare nel dettaglio i nostri comportamenti attraverso un software che registra ogni cinque secondi lo screenshot di ciò che sta accadendo sugli schermi dei partecipanti allo studio, lo *Screenome project* (screenomics.stanford.edu). I primi risultati, pubblicati sulla rivista scientifica *Nature* rivelano, tra l'altro, che gran parte dei



Peso: 83%

soggetti tendono a sottostimare il proprio tempo di utilizzo del telefono: per molti degli adolescenti che hanno partecipato alla ricerca questo è superiore alle tre ore e perfino alle quattro ore giornaliere. Le "sessioni" di utilizzo variano molto da soggetto a soggetto: si va da una trentina di sessioni giornaliere da circa due minuti l'una fino a quasi duecento sessioni giornaliere di circa un minuto; le app usate in un giorno possono essere fino a trenta, anche se spesso una sola app (ad esempio YouTube) copre da sola fino alla metà del tempo di utilizzo.

Naturalmente a questo tipo di monitoraggio dettagliato delle varietà di utilizzo andrebbero affiancati studi più approfonditi (interviste, osservazioni etnografiche) per riuscire a comprendere l'importanza e il significato che i soggetti attribuiscono a questi comportamenti. In altre parole,

per capire il senso che diamo alla nostra vita sullo smartphone. Un progetto ambizioso quasi quanto la mappatura del genoma, e il tempo ci dirà se troverà sostegno da parte di altri studiosi e potenziali finanziatori. Ma non c'è dubbio che sia arrivato il momento di fare un salto di qualità nell'analisi dell'impatto che questi strumenti hanno sulle nostre vite, andando al di là delle impressioni superficiali e dei luoghi comuni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il tempo di utilizzo del telefono di molti adolescenti supera le tre ore giornaliere

Le app usate in 24 ore sono trenta, anche se ce n'è, quasi sempre, una dominante



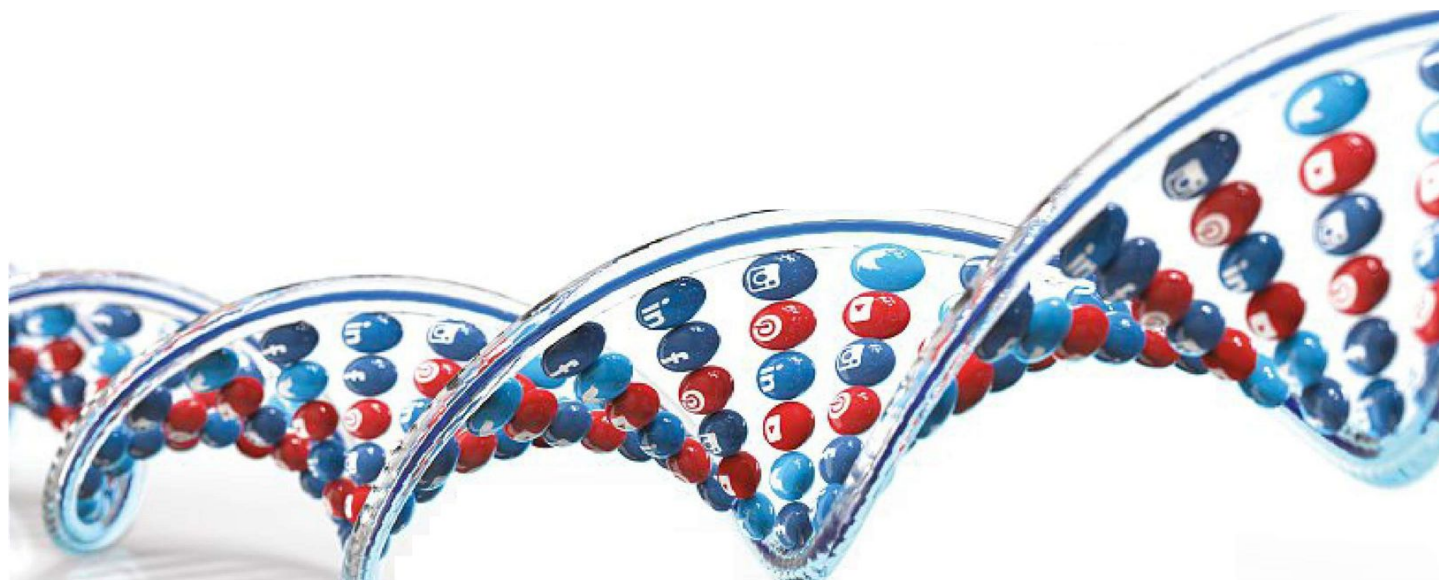
Google

Il sito più visitato al mondo è stato fondato da due studenti di Stanford, Sergey Brin e, sopra, Larry Page



WhatsApp

L'app di messaggistica istantanea è stata creata nel 2009 da Jan Koum e un suo collega, ex impiegati di Yahoo!



MIRCO TANGHERLINI



Peso:83%

Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.