



“Internet non è solo un veicolo, è una forma di cultura,”

800



Notizie in arrivo nella chat

«C'è una notizia per te». Lo squillo di una notifica sulla propria chat a breve potrà annunciare non solo l'arrivo di un messaggio ma anche quello di un articolo da leggere. Tenta questa strada Messenger (800 milioni di utenti), il servizio di messaggistica di proprietà di Facebook.

L'invettiva di Umberto Eco

«Hanno dato diritto di parola agli imbecilli»

Umberto Eco lo aveva denunciato apertamente nel giugno dell'anno scorso parlando all'università di Torino: i nuovi media stanno fornendo un canale di comunicazione nuovo e potente soprattutto a chi farebbe meglio a star zitto: «I social media - disse - danno diritto di parola a legioni di imbecilli che prima parlavano solo al bar dopo un bicchiere di vino, senza danneggiare la collettività. Venivano subito messi a tacere, mentre ora hanno lo stesso diritto di parola di un Premio Nobel. È l'invasione degli imbecilli. La tv aveva promosso lo scemo del villaggio, rispetto al quale lo spettatore si sentiva superiore. Il dramma di Internet è che ha promosso lo scemo del villaggio a portatore di verità».

Meno noto è quanto dichiarò il grande semiologo e medievista nella premessa, rispondendo a una domanda. Dopo aver sottolineato che «uno dei grandi problemi della scuola italiana è aiutare i ragazzi a filtrare le informazioni su Internet» Umberto Eco, senza assumere una posizione arcaica e «reazionaria» - come sembrava leggendo i titoli e molti articoli pubblicati sui giornali il giorno dopo - riconosceva anche potenzialità politiche della rete: «Il fenomeno dei social network è anche positivo, non solo perché permette alle persone di rimanere in contatto tra loro. Pensiamo solo a quanto accaduto in Cina o in Turchia, dove il grande movimento di protesta contro Erdogan è nato proprio in rete, grazie al tam-tam. E qualcuno ha anche detto che, se ci fosse stato Internet ai tempi di Hitler, i campi di sterminio non sarebbero stati possibili perché le informazioni si sarebbero diffuse viralmente».

Serra: io sono libero di non usarli affatto

Il critico. Il giornalista non demonizza i social ma li tiene a debita distanza: voglio esserne padrone, non schiavo

In molti angoli di internet, insieme ad Andrea Camilleri, Fabio Fazio, Claudio Magris, il nome di Michele Serra (firma di «Repubblica») è associato alle critiche a Facebook.

Lui spiega: «Non demonizzo proprio niente. Semplicemente, non sono sui social network perché ho una vita di relazione già molto impegnativa. Il mio fabbisogno di socialità, per dirla così, è più che sufficiente. La mia polemica a proposito dei social ha come unico obiettivo il vergognoso fenomeno del furto di identità: anonimi che si spacciano per me e parlano a mio nome sul web. Io sono mio, e non voglio che un imbroglione mi rubi la faccia, il nome, le parole».

Cosa pensa della diffusione di Facebook, che in soli dieci anni in Italia ha raccolto almeno 25 milioni di profili?

«Penso che ognuno ha il diritto di fare quello che vuole. Che la condivisione delle proprie esperienze può essere appassionante. Che la solitudine è uno dei grandi problemi delle società di massa. Ma penso anche che ci sia una grande differenza tra un uso ragionevole e controllato di uno strumento, e un uso compulsivo e patologico. In ogni modo: libero ognuno di essere su Facebook o Twitter, ma libero anche io di non esserci».

Un suo libro di successo, «Gli sdraiati», indaga il rapporto tra genitori e figli. L'avvento di Facebook ha in qualche modo cambiato questa relazione? Di fatto i ragazzi sono spesso «sdraiati» con in mano il cellulare per verificare nuovi post.

«Io penso che le principali vittime della "sindrome da testa bas-



Michele Serra AP/A. CALANNI

Il grande problema sociale è lo sguardo sottratto agli altri in favore dello schermo»

Amo la tecnologia che leva fatica. Quando ruba tempo con nuovi impegni no»

sa» siano gli adulti. I ragazzi, nativi digitali, hanno qualche possibilità in più di riuscire a gestire il fenomeno e a parlare quel linguaggio. Li vedo più a loro agio. E comunque il problema di una sottrazione dello sguardo, non più rivolto agli altri ma costantemente rivolto al "sé" incarnato dallo schermo, è gigantesco e riguarda l'intera società. Lo scrittore americano Joshua Ferris, nel romanzo "Svegliamoci pure, ma a un'ora

decente», chiama "me-machine" ("macchina del me") i vari tablet e smartphone».

Non crede che la tecnologia ci abbia reso più distratti, meno profondi nel concepire e assorbire nuove idee?

«Amo la tecnologia che rende liberi, che leva fatica, che regala tempo. Trovare in breve informazioni che prima richiedevano settimane di ricerca è fantastico e liberatorio. Non mi piace, invece, la tecnologia che ruba tempo e ingombra la mente con nuovi impegni, nuove incombenze, nuove schiavitù. Esiste la dipendenza ed esiste l'indipendenza. Ognuno faccia i conti con se stesso».

Dunque niente Facebook, ma porte aperte alle potenzialità dell'era digitale?

«Sono un utente quotidiano del web. Lo uso moltissimo, mi ha cambiato la vita in meglio. Trovo idiota l'accusa di essere "contro il web" che mi viene rivolta per il semplice fatto che cerco di mantenermi a distanza di sicurezza dai social network. È come se, per avere criticato il modo di guidare di un camionista ubriaco, mi accusassero di essere contro le strade asfaltate. Ci sono persone che sono così fanaticamente sprofondate nelle nuove tecnologie da non avere più la distanza critica necessaria per vederle per quello che sono. Io amo le comodità, la modernità, la tecnologia. Ma ne voglio essere il padrone, non lo schiavo. Di postare le mie fotine mentre mangio la pizza o mi lavo i denti, non me ne importa nulla».

Bruno Silini

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Non sovraesporre i figli, non esagerare con i selfie: i datori di lavoro spesso li guardano

Meglio evitare di pubblicare situazioni imbarazzanti, giudizi politici o religiosi

struirsi una buona reputazione on line, ma basta una foto su Facebook per distruggerla».

Una pratica decisamente da evitare è aggiungere troppi amici: «Accumularli come se fossero punti dell'Esselunga non ha molto senso, se pensiamo che lo scienziato Dunbar fissò a 150 il limite delle persone con cui un individuo è in grado di mantenere relazioni sociali stabili». Per ultimo, se una persona «amica» vi infastidisce non fatevi scrupoli ad eliminarla dalla vostra cerchia. Meglio un amico in meno che una maggiore dose di stress da sopportare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'INTERVISTA MIRELLA CASTIGLI.

Giornalista l'Espresso.it

«Se tutto è gratis, il prodotto siamo noi»

Non ci siamo mai chiesti perché Facebook è gratis? Semplice: c'è la pubblicità che si inserisce in mezzo ai nostri post. Risposta esatta, ma incompleta. A spiegarlo è Mirella Castigli, giornalista per l'Espresso.it e autrice di libri di successo come «I motori di ricerca nel caos della Rete», «Faccia da Web» e «Zero Privacy».

«Quello che non versiamo in denaro lo paghiamo con badilate di informazioni su noi stessi. Se il servizio è gratis, il prodotto siamo

noi. È incredibile la quantità di dati che diamo in pasto a Facebook (e non solo!) quando aggiorniamo lo status della bacheca, accettiamo un'amicizia o piazziamo un "mi piace". Facebook ci osserva e macina pubblicità tagliata su misura nel real time».

Un esempio?

«È capitato a me. Ho scritto di avere un tremendo mal di schiena e dopo nemmeno tre ore mi è comparsa la pubblicità di un comodo tavolino per computer da utilizzare

mentre si è a letto. Se uno si ferma a riflettere, conclude che la privacy è morta. O meglio, che dipende molto da noi. Io non avrei dovuto scrivere che avevo mal di schiena e di conseguenza non avrei ricevuto pubblicità. Sta a noi tutelare la nostra privacy in maniera più stringente oppure ammettere, purtroppo, che il controllo della riservatezza fa parte di un'era analogica che non esiste più e che quindi preferiamo la comodità di ricevere una pubblicità che veramente ci interessa, cedendo

in parte i nostri dati più personali. Intendiamo noi: non lo facciamo solo con Facebook, rinunciando a un pezzetto della nostra privacy ogni giorno, quando forniamo i nostri dati per ottenere una carta a punti al supermercato, quando compiliamo la cartolina di un concorso a premi, entriamo in un portale per cercare lavoro, quando paghiamo con la carta di credito o passiamo sotto al Telepass in autostrada».

Privacy e pigri non vanno d'accor-

do.

«Esatto. Diciamo che gli italiani predicano bene ma razzolano male, lasciando online di tutto. Ricerche universitarie hanno dimostrato che usando i dati pubblicamente accessibili su Facebook è possibile indovinare se un soggetto fa uso di droga oppure ha genitori divorziati con una precisione superiore al 80%. Non è tutto: è possibile definire tratti della personalità e dell'intelligenza, con risultati simili a quelli che si ottengono con test specifici. Detto questo, la regola numero uno è quella di non raccontare troppa della nostra vita».

Mark Zuckerberg può diventare un Grande Fratello?

«Dipende da noi utenti. Dobbiamo spingere affinché i legislatori

aggiornino le direttive sulla privacy ai tempi dei social, in Europa e in Italia. Sta sempre a noi configurare la privacy, in modo da evitare di dare in pasto un eccesso di informazioni. Dobbiamo diventare padroni dei nostri dati e tenerli al sicuro così come chiudiamo il portone di casa a quadrupla mandata. La sicurezza nell'IT non è un optional».

Qualcosa di positivo sulla privacy che se ne va?

«Diverse aziende, soprattutto le piccole e medie imprese, con Facebook sono uscite dalla crisi. Hanno trovato commesse di lavoro, allargato il portafoglio clienti, sperimentato una rinascita commerciale».

Br. SI.

© RIPRODUZIONE RISERVATA