

TRACCE

Collana diretta
da Paolo Iabichino

Il nostro è un tempo che apre ogni giorno nuove strade.
Nessuno sa dove portano, ma c'è una gran voglia
di attraversarle tutte,
per comprendere fino in fondo la straordinaria
euforia di conoscenza
che pervade il contemporaneo.

Alcuni di noi percorrono queste strade prima degli altri,
non hanno mappe, ma lasciano *tracce*.
Seguirle può aiutare a comprendere i giorni che stiamo
vivendo e quelli che verranno.

Quasi sempre ogni traccia è un'impronta da leggere.
E questa collana vuol diventare un atlante
del nostro tempo,
scritto da pionieri ed esploratori,
letto da chi continua ad aver voglia di percorrere
nuove strade.

#EGOPHONIA



Monica Bormetti

#EGOPHONIA

Gli smartphone
fra noi e la vita



EDITORE ULRICO HOEPLI MILANO

Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2019

via Hoepli 5, 20121 Milano (Italy)

tel. +39 02 864871 – fax +39 02 8052886

e-mail hoepli@hoepli.it

www.hoepli.it

Tutti i diritti sono riservati a norma di legge
e a norma delle convenzioni internazionali

Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15%
di ciascun volume/fascicolo di periodico dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68,
commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633.

Le fotocopie effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per
uso diverso da quello personale possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata
da CLEARedi, Centro Licenze e Autorizzazioni per le Riproduzioni Editoriali, Corso di Porta Romana 108,
20122 Milano, e-mail: autorizzazioni@clearedi.org e sito web: www.clearedi.org.

ISBN 978-88-203-8912-3

Ristampa:

4 3 2 1 0 2019 2020 2021 2022 2023

Progetto editoriale: Maurizio Vedovati – Servizi editoriali (info@iltrio.it)

Redazione: Susanna Pedone

Copertina e impaginazione: Sara Taglialegne

Illustrazioni: Roberta Maddalena Bireau

Stampa: L.E.G.O. S.p.A., stabilimento di Lavis (TN)

Printed in Italy

Sommario

<i>L'autrice</i>	IX
<i>Introduzione</i>	1
Capitolo 1	
Identità digitale	15
Capitolo 2	
Le capacità cognitive, online	35
Capitolo 3	
Le relazioni interpersonali nell'era dell'iperconnessione	53
Capitolo 4	
Step 1. Studia il tuo comportamento	71
Capitolo 5	
Step 2. Metti in chiaro i tuoi obiettivi	95
Capitolo 6	
Step 3. Attua il cambiamento	111

----- Sommario -----

Capitolo 7	
Step 4. Riqualifica il tuo tempo	133
Capitolo 8	
Step 5. Traccia nel futuro	153
<i>Nota conclusiva</i>	165
<i>Fonti consultate</i>	167
<i>Ringraziamenti</i>	173

L'AUTRICE

Monica Bormetti nasce nel 1984, il giorno dopo il debutto del Mac di Apple sul mercato. A 16 anni ha il suo primo cellulare, in un'epoca di SMS da 160 caratteri e Snake. Dopo la bolla delle dot-com, nel 2001 va a studiare in Nuova Zelanda e crea il suo primo indirizzo e-mail per scrivere a casa. Si laurea in psicologia clinica all'Università degli Studi di Padova e durante l'Erasmus a Parigi nel 2007 apre il suo profilo Facebook. Dal 2015 al 2018 lavora in una startup digitale, in quegli anni durante un viaggio in Indonesia le si rompe lo smartphone e così trascorre tre settimane di digital detox. Lì inizia a studiare il rapporto tra essere umano e digitale. Nel 2017 si trasferisce a Budapest e quella è la prima volta in cui sfrutta davvero i social per conoscere persone nuove, nello stesso anno apre smartbreak.it con l'obiettivo di fare divulgazione sul benessere digitale. Attualmente vive a Milano, dove lavora come consulente nella formazione sull'uso consapevole dei media digitali in ambito aziendale e scolastico.

INTRODUZIONE

NEL 1969 L'UOMO SBARCA SULLA LUNA. Un'impresa titanica, piena di sogni e duro lavoro: Neil Armstrong esce dall'orbita terrestre per poggiare i piedi su un altro corpo celeste! Un momento unico, reso possibile proprio in quegli anni anche dalle evoluzioni nel campo dell'informatica. La conquista della Luna è un viaggio di 356 mila chilometri di andata e altrettanti di ritorno nello spazio, avvenuto con una potenza di calcolo infinitamente inferiore a quella di uno smartphone.

Quella era la tecnologia più avanzata per l'epoca e oggi, con degli strumenti più sofisticati e potenti, trascorriamo buona parte delle nostre giornate a scrollare feed social e a intrattenere conversazioni di gruppo sulle app di messaggistica.

I dispositivi digitali che tutti noi possediamo sono estremamente potenti e nella maggior parte dei casi vengono utilizzati a fini di intrattenimento e poco più. Ricerchiamo lo smartphone di ultima generazione con la memoria più ampia, la fotocamera con più pixel e poi finiamo per utilizzarlo per controllare i feed social, giocare e chattare. Svagarsi è importante

nella vita, ma il mondo digitale talvolta può causare più danni che benefici, e di seguito lo approfondiremo. Per ora, iniziamo sottolineando due aspetti: spesso non utilizziamo gli smartphone per aumentare le nostre potenzialità e l'uso che ne facciamo comporta un costo in termini cognitivi, relazionali e fisici di cui spesso non siamo consapevoli. È come se tutti quanti avessimo una Ferrari parcheggiata in garage e la prendessimo solamente per andare a fare il giro dell'isolato quando abbiamo bevuto un bicchierino di troppo: è non solo uno spreco, ma anche un comportamento pericoloso.

Con lo smartphone e gli strumenti al suo interno possiamo sviluppare le nostre competenze cognitive, interpersonali e anche migliorare la nostra salute (basti pensare a tutte le app che stimolano l'esercizio fisico o il mantenimento di una dieta sana). La grossa questione però riguarda il modo di usare questo piccolo strumento nelle nostre mani: giocare a Candy Crush oppure sviluppare un proprio progetto imprenditoriale sul web sono due utilizzi dello stesso strumento molto diversi, che si rifanno alle nostre scelte. La tecnologia continuerà a evolvere e fra pochi anni probabilmente non avremo nemmeno più uno smartphone ma chissà quale altro dispositivo o software collegato a noi. Per questo prima iniziamo a porci delle domande sul nostro rapporto con la tecnologia e a collegarci al nostro cervello e alla nostra coscienza, prima ci prepariamo a utilizzare in modo positivo e critico qualsiasi altro strumento arriverà.

L'esperta di cybersecurity Laura Galante studiando il fenomeno Russiagate riguardo le elezioni americane del 2016 giun-

ge alla conclusione che l'unico modo per evitare altri scenari simili non è tanto rinforzare le nazioni in termini di sicurezza digitale, ma educare le persone ad avere un maggior senso critico. Che è la stessa considerazione che l'Associazione culturale Factcheckers porta nei suoi workshop. L'approccio critico all'uso del digitale riguarda spesso le fake news, ma non solo. Abbiamo in mano dei dispositivi che ci fanno attingere a servizi gratuiti, ma pur sempre offerti da aziende che devono far quadrare i conti alla fine del mese (Facebook, WhatsApp, YouTube ecc.). Quando siamo su una piattaforma che non vende la sua merce, probabilmente la merce siamo noi. Il valore delle grandi tech company della Silicon Valley è determinato dalle ore che gli user trascorrono attaccati allo schermo e quindi è ovvio che il loro obiettivo sia studiare ogni modo per tenerci il più incollati possibile al dispositivo. Alcune aziende stanno provando a introdurre dei business model alternativi, che per esempio chiedono all'utente una certa somma per un account premium privo di pubblicità, ma siamo solo all'inizio. Nel Capitolo 4 vedremo tutta una serie di meccanismi messi in moto dalle aziende che costruiscono prodotti digitali proprio per rispondere al meglio al loro modello di business.

Il World Economic Forum ha stilato un elenco di dieci competenze utili da avere nel 2020 per trovare un lavoro. Svolge quest'attività ogni cinque anni e uno dei cambiamenti dalla lista del 2015 a quella del 2020 è che nella seconda il pensiero critico ha scalato la classifica entrando tra le prime tre posizioni (Figura I.1).

Top 10 skills

in 2020

1. Complex Problem Solving
2. Critical Thinking
3. Creativity
4. People Management
5. Coordinating with Others
6. Emotional Intelligence
7. Judgment and Decision Making
8. Service Orientation
9. Negotiation
10. Cognitive Flexibility

in 2015

1. Complex Problem Solving
2. Coordinating with Others
3. People Management
4. Critical Thinking
5. Negotiation
6. Quality Control
7. Service Orientation
8. Judgment and Decision Making
9. Active Listening
10. Creativity



FIGURA I.1 *Future of Jobs Report*, World Economic Forum.

Ciò significa che sta diventando sempre più importante saper usare la propria testa in un mondo in cui la tecnologia digitale che ci circonda è sì al nostro servizio, ma talvolta non necessariamente per il nostro bene. E se non siamo noi stessi a capire quando e come servircene, chi può farlo? In fondo, le macchine sono fatte per dare risposte e le persone per porre domande.

Uno degli aspetti che verrà affrontato a più riprese nel libro riguarda la noia. Stato di malessere e disturbo da cui cerchiamo di fuggire, ma che se talvolta assestassimo potrebbe portarci dei benefici. Nei momenti in cui ci pare di non fare nulla, rimaniamo a sognare a occhi aperti, non ci

sentiamo “produttivi” in realtà il nostro cervello non smette di funzionare. Stare in metropolitana o al parco semplicemente a osservare il mondo intorno a sé e frenando l'istinto di dover riempire quel momento di “vuoto” con la lettura di una news, una partita al gioco o un messaggio a un amico è un'occasione per vivere il momento presente, permettere alla propria mente di elaborare le informazioni acquisite, eventualmente connetterle e approfondirle. Dunque, evitare di utilizzare in modo compulsivo il proprio smartphone per ammazzare i momenti di noia ha una sua utilità.

Il report 2019 di We Are Social riporta che gli italiani trascorrono 1 ora 51 minuti sui social media al giorno, in media. Secondo una ricerca fatta dalla School of Management del Politecnico di Milano nel 2018 passiamo 7 ore al giorno sui dispositivi digitali nei giorni feriali e 6 nel weekend. Questo tempo, almeno in parte, deriva dall'eliminazione di quei momenti di noia e solitudine dalla nostra vita. E così continuiamo a riempire di immagini, video, GIF, commenti, share e news la nostra mente, senza darci il tempo di lasciar sedimentare quanto acquisito e capire come utilizzarlo.

QUATTRO FALSI MITI A PROPOSITO DI ESSERE UMANO E SMARTPHONE

Puntualizziamo subito: questo non è un libro contro i media digitali! Piuttosto è un libro che propone una riflessione e un metodo per avere un rapporto sano con il proprio cellulare e

quindi trarne vantaggio abbassandone i costi (in termini cognitivi, relazionali e fisici). Ci concentriamo sullo smartphone in quanto tra gli strumenti digitali è sicuramente il più diffuso: ovviamente molti degli argomenti trattati in questo libro sono validi anche per altri media.

Sempre più, ogni forma di cultura si sta assoggettando alla tecnologia, e l'innovazione tecnologica, piuttosto che la crescita del benessere umano, è diventata sinonimo di progresso.

Fritjof Capra

Ora però sfatiamo alcuni miti incentrati sul rapporto tra essere umano e schermi, in modo da evitare di incappare in alcune false credenze che non aiutano a comprendere il fenomeno.

**“Lo smartphone è uno strumento neutro,
tutto dipende da come viene usato”**

È molto diffusa l'idea della tecnologia neutra, semplice mezzo che non porta in sé né colpe né meriti, ma che ha effetti positivi o negativi solo a seconda di come l'uomo lo utilizza. Si tratta di un mito da sfatare, perché il modo in cui un mezzo di comunicazione viene costruito e progettato porta con sé delle intenzioni e dei valori che plasmeranno il comportamento dell'utente finale. McLuhan, già negli anni '60, sosteneva che nel lungo periodo il contenuto di un medium

ha molta meno importanza del *medium* stesso nell'influenzare il modo in cui pensiamo e agiamo (McLuhan, 1986). La tecnologia ha quindi effetti che non si verificano a livello di opinioni e concetti ma altera, costantemente e senza trovare resistenza, le reazioni sensoriali o le forme di percezione. Dunque lo smartphone (come prima radio, TV, cinema e telefono) modella il processo di pensiero.

Esistono delle tecnologie "intellettuali" – per esempio l'orologio, le mappe e la macchina da scrivere – che hanno modificato il modo di pensare dell'uomo, il suo modo di vedere il mondo. Ovviamente in questa categoria rientra anche Internet. Va da sé che le implicazioni etiche siano forti e a volte non pienamente comprese agli albori dello sviluppo di questi strumenti. Per esempio l'invenzione dell'orologio ha contribuito fortemente alla nascita e crescita del pensiero scientifico e al passaggio dal Medioevo al Rinascimento e all'Illuminismo. Ma le ragioni che hanno portato alla costruzione di uno strumento che misurasse il tempo si rifacevano alla semplice esigenza dei monaci di sapere quando pregare durante la giornata, viste le disposizioni di San Benedetto nel VI secolo.

Venendo ai giorni nostri, Tristan Harris, ex designer di Google e definito "la coscienza della Silicon Valley", da tempo sostiene che l'impatto dello smartphone stia nella dinamicità dell'oggetto, modificabile per certi aspetti dal singolo possessore, che di conseguenza viene fortemente influenzato nell'utilizzo. Ognuno di noi può personalizzare il proprio dispositivo (scegliendo lo screensaver, la suoneria, le app

da scaricare, l'ordine in cui disporle ecc.) in modo da sentirlo sempre più suo.

Dunque il modo in cui una tecnologia, anche quella digitale, viene progettata e costruita condiziona il modo in cui la utilizziamo! E di questo parleremo nel dettaglio più avanti.

“Con il telefono sono più produttivo, perché lavoro anche quando non sono in ufficio”

La diffusione dei piccoli schermi nelle nostre vite ha rinforzato indirettamente l'impressione di poter svolgere più attività contemporaneamente e aumentare quindi la propria resa sul lavoro. E così ci ritroviamo, chi più chi meno, a mandare e-mail mentre camminiamo, rispondere a messaggi mentre siamo a un tavolo in compagnia e a controllare le news tra una fermata di metro e l'altra. Il multitasking, di cui noi donne dichiariamo spesso di essere le regine, in realtà non esiste: è tutta un'illusione! Quando pensiamo di svolgere più attività contemporaneamente, in realtà l'unica cosa che facciamo è far saltellare il nostro cervello da un punto all'altro, con un dispendio di risorse non indifferente in questo percorso.

Solo una bassissima percentuale di esseri umani su questo pianeta può definirsi “supertasker” e quindi riuscire a svolgere più attività contemporaneamente in modo efficiente. Un team di neuroscienziati (Hammond, 2017) ha svolto un esperimento in cui i partecipanti dovevano guidare (a un simulatore di guida) e parlare al telefono con il vivavo-

ce (quindi senza avere le mani occupate) e contemporaneamente memorizzare una lista di parole e fare dei calcoli aritmetici. Solo il 2,5% dei partecipanti è stato in grado di svolgere i compiti insieme senza intaccare il livello di performance. Perciò, anche se crediamo di riuscire a fare più attività nello stesso momento ed essere efficienti, in realtà non è così.

“La dipendenza da Internet è la nuova piaga sociale”

L'anno scorso ho approfondito le attività di “Internet e Dipendenza: laboratorio di ricerca e intervento”, un laboratorio del Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione dell'Università degli Studi di Padova, e una delle prime puntualizzazioni della ricercatrice con cui ho parlato riguardava la non esistenza della dipendenza da Internet come “disturbo psicologico”. Il termine viene utilizzato soprattutto in ambito non accademico per capirsi e identificare ciò di cui si parla ma, attenzione, non possiamo definire con queste parole la dipendenza da Internet, a differenza di quella da sostanze stupefacenti, per esempio. Il Manuale diagnostico e statistico dei disturbi mentali (DSM-5), uno dei sistemi nosografici per i disturbi psicopatologici più utilizzati da psicologi, psichiatri e medici a livello internazionale, non vede la dipendenza da Internet inserita al suo interno. Il dibattito sul tema esiste, ma non ci sono sufficienti dati di ricerca e clinici al fine di poter

includere questa “patologia” nel manuale. È importante puntualizzare che la comunità scientifica a livello internazionale non concorda sull’esistenza di una dipendenza da Internet (e dunque nemmeno da smartphone). Dopodiché, l’Università degli Studi di Padova ha scelto di inserire i termini “Internet e dipendenza” nella descrizione del proprio laboratorio, e in molti fanno lo stesso in quanto facilmente comprensibili. Dunque non possiamo dire che la dipendenza da Internet sia un disturbo psicologico da curare e nemmeno che sia la causa di altri disagi. A ogni modo la diffusione della Rete, probabilmente anche a causa della sua velocità, ha sicuramente avuto un impatto forte a diversi livelli della vita umana che forse oggi non comprendiamo fino in fondo.

“Do il telefono a mio figlio per controllarlo quando è fuori”

Entriamo nel campo dei genitori. Se mamme e papà dichiarano di voler dare un cellulare ai propri ragazzi per poterli raggiungere ovunque e in qualunque momento, quindi in qualche modo per “accorciare il guinzaglio”, al contrario i figli percepiscono lo stesso gesto come un modo per allungarlo, questo guinzaglio, e di conseguenza sentono di poter andare più lontano e restare fuori più a lungo, perché “tanto posso avvisare mamma in qualsiasi momento” (Brancati et al., 2009).

Oggi consegnare uno smartphone a un bambino/preadolescente significa allargare enormemente il suo spazio d’a-

zione, dargli la chiave d'accesso a dei territori che probabilmente non ci possiamo nemmeno immaginare e quindi necessariamente la sua autonomia aumenterà.

Quindi, genitori, siate consapevoli che, nel momento in cui darete uno smartphone a vostro figlio, in qualche modo ne perderete il controllo.

“DETTO QUESTO, SIAMO IN UN'EPOCA IN CUI SONO TUTTI INCOLLATI AL CELLULARE!”

Sfatati questi miti, rimangono comunque delle considerazioni che hanno motivato la scrittura di questo libro e che nascono dalla combinazione dell'osservazione del mondo e dall'incontro con vari professionisti italiani e stranieri che si occupano di tecnologia digitale e psicologia di Internet.

Osservando il contesto intorno a noi è ormai sempre più palese che bar e ristoranti, pur essendo luoghi di socializzazione, siano popolati da persone fisse sugli schermi digitali, diventati mezzi di isolamento. Che sia un bene o un male non saranno queste pagine a stabilirlo, ma è certo che il cambiamento culturale portato dagli smartphone nella dimensione delle relazioni sociali sia forte. E perché quel piccolo schermo non sia motivo di isolamento, bensì mezzo di scambio e condivisione, dobbiamo compiere uno sforzo noi che lo utilizziamo, attivando la nostra consapevolezza e interrogandoci. La penetrazione così capillare e dilagante del web nelle no-

stre vite ha un impatto anche sulle nostre competenze cognitive. Attenzione, concentrazione, memoria e creatività per esempio sono capacità influenzate dall'utilizzo di media digitali, non sempre in negativo ma comunque in modo innegabile. Molto dipende dalle attività che scegliamo di svolgere quando utilizziamo il nostro smartphone, scrollare il newsfeed è diverso da fare una partita a scacchi da un punto di vista dell'esercizio delle nostre facoltà mentali.

Infine, pur essendo un aspetto che talvolta viene ritenuto marginale, l'uso massiccio dei dispositivi digitali ha un effetto anche sul nostro fisico: le ore dedicate agli schermi tendenzialmente presuppongono sedentarietà, malesseri legati a dolori cervicali, problemi alla vista e dolori a braccia e dita che non sono da sottovalutare.

QUINDI CHE FACCIAMO?

La rivoluzione digitale che stiamo vivendo porta enormi benefici alla nostra società e allo sviluppo dell'individuo. Per trarre maggiori vantaggi possibili dalla tecnologia, abbassandone i danni alla qualità di vita, dobbiamo ragionarci attentamente. Nel presente libro si propone una riflessione sul proprio utilizzo dello smartphone, il metodo SMART: Studia il tuo comportamento, Metti in chiaro i tuoi obiettivi, Attua il cambiamento, Riquantifica il tuo tempo, Traccia nel futuro. Al lettore resta la scelta dei passaggi da ritenere più utili e fattibili per se stesso.

PERCHÉ NE PARLO IO?

Perché ho testato sulla mia pelle che significa non avere più lo smartphone: sebbene fossi in vacanza, la sensazione di disorientamento è stata così profonda da passare una giornata alla ricerca sfrenata di un nuovo telefono. Spendo qualche riga per condividere quanto mi è accaduto nel 2015 e che poi si è rivelato essere il motore per tutta un'altra serie di esperienze legate allo studio del rapporto uomo/schermi. Sono partita da sola per un viaggio in Indonesia, ed era la mia prima volta in quel Paese così grande e diverso dalla nostra Europa. Me lo stavo godendo appieno. Un giorno, mentre ero fuori per una gita con lo scooter, improvvisamente sono stata travolta da un acquazzone tropicale che non ha lasciato scampo al mio smartphone. Proprio così: l'umidità accumulata dal mio iPhone, che consultavo per non perdere la via del ritorno alla guesthouse dove alloggiavo, fu fatale. Così mi sono ritrovata senza telefono e, pur arrangiandomi per riuscire a rientrare, mi sono sentita completamente persa e disorientata. La prima giornata ho provato una forte ansia, non ci potevo credere, non accettavo il fatto che il telefono non funzionasse più e continuavo a credere che in qualche ora si sarebbe risvegliato. Le ore passavano, ma "lui" non si riprendeva. Il giorno successivo mi sono rassegnata all'idea di proseguire il mio viaggio in totale disconnessione e col trascorrere dei giorni ho scelto di non cercare nemmeno più un negozio di elettronica, ma di proseguire e vivermi quell'esperienza in un modo totalmente nuovo per gli anni in cui

viviamo. Un “altro” tipo di viaggio, che fino a qualche anno prima era nella norma più totale.

Quindi il presente libro non vuole puntare il dito contro “i dipendenti da smartphone”: nasce da un’esperienza personale di disorientamento da mancanza di tecnologia, che poi nel tempo ho ritrovato spesso condivisa da persone di varie età, professioni e luoghi. Il filo rosso che accomuna tutte le persone a cui narro la mia storia è la loro reazione di sbigottimento: “Ci credo che sei andata in panico, sarebbe successo lo stesso a me!”. Al tempo stesso quasi tutti rimangono affascinati dall’idea di trascorrere del tempo lontano dai dispositivi digitali, come se fosse una cosa nuova per la razza umana!

CAPITOLO 1

IDENTITÀ DIGITALE

NEL 1921 A JERSEY CITY, USA, ci fu un evento sportivo molto particolare. Si trattava di uno scontro di boxe tra Jack Dempsey e Georges Carpentier e la rivista americana “The Wireless Age” lo descrisse come la battaglia del secolo. Perché una rivista che si occupava di tecnologia e comunicazioni radio dedicò undici pagine a un incontro di boxe? Semplicemente perché quello fu il primo evento sportivo trasmesso via radio dal vivo in cui il numero degli ascoltatori superò quello di chi vi aveva assistito di persona. Si trattava di un cambiamento culturale e sociale notevole. Pare che in 300.000 abbiano seguito la diretta radio e meno di un terzo siano stati i presenti nell’arena. L’invenzione della radio probabilmente non aveva in sé l’obiettivo di rivoluzionare i comportamenti sociali dei cittadini americani, ma questo fu uno dei suoi effetti. Ecco che per una persona appassionata di uno sport ma che non poteva recarsi allo stadio ad assistere all’evento per ragioni economiche, logistiche o chissà cos’altro, ora diventava possibile seguire in tempo reale l’avvenimento.

Non era più necessario attendere la pubblicazione di un giornale l'indomani o sentirne parlare da chi vi era stato. La diffusione delle comunicazioni radio ebbe un impatto nella quotidianità che toccava aspetti di vita comune (Chatfield, 2013). E così cambiava anche la percezione del sé: persone che fino a quel momento non avevano potuto seguire in diretta un match di boxe vedevano profilarsi nuove possibilità, che portavano anche a nuove sfaccettature della propria identità.

La stessa cosa è avvenuta per tante altre evoluzioni tecnologiche. Si pensi per esempio alla diffusione delle automobili nel secondo Dopoguerra: improvvisamente le persone comuni iniziavano ad avere un mezzo di trasporto che permetteva loro di immaginarsi in prospettive completamente diverse, perché potevano spostarsi in modo del tutto autonomo. Ciò introdusse una dimensione alquanto nuova nella vita: la vacanza e il viaggio. Dunque un'evoluzione tecnologica in un settore molto spesso ha un impatto sulla vita quotidiana degli individui e quindi sul modo in cui percepiscono lo stare nel mondo.

Lo smartphone che tutti noi abbiamo in mano è nato da quello che era un telefono cellulare e oggi è uno strumento che ci ha trasportato nella cosiddetta "gig economy", fatta di lavori realizzabili grazie alla continua connettività e con una flessibilità un tempo inimmaginabile. Questo ovviamente ha un'incidenza a diversi livelli della società: dal mercato del lavoro alle relazioni interpersonali, dall'educazione al chi ci sentiamo di essere. Legati allo smartphone ci sono

ovviamente i social network che, inizialmente vissuti come uno spazio di intrattenimento, oggi sono il luogo o nonluogo in cui ci si forma, informa e costruiscono opinioni. Probabilmente chi ha inventato il cellulare, lo smartphone e i social media non aveva fin dagli albori l'intenzione di influenzare con tanta forza diversi aspetti della nostra vita. Di fatto però questo è accaduto: oggi usiamo i device mobili per comunicare, svegliarci al mattino, fare luce al buio, trovare la strada giusta, giocare, informarci e far di conto.

Sean Parker, cofondatore ed ex presidente di Facebook, nel 2017 fece delle dichiarazioni per certi versi inaspettate (Solon, 2017): "Ai tempi in cui stavamo mettendo in piedi Facebook mi trovavo con persone che venivano da me e mi dicevano 'lo sui media sociali non ci sono', io rispondevo 'Va bene, ma in futuro ci sarai'. Quelli allora dicevano 'No, no, no: io ci tengo ai rapporti che ho nella vita vera. Io ci tengo al singolo momento. Io ci tengo alla presenza concreta. Io ci tengo all'intimità'. Io gli dicevo 'Beh, alla fine ti beccheremo'. Non so se davvero avevo compreso le implicazioni delle mie parole; una delle non volute conseguenze dell'esistenza di una rete che arriva a comprendere uno o due miliardi di persone è che essa cambia, letteralmente, i rapporti che si hanno con la società e con gli altri... probabilmente interferisce con la produttività, e lo fa in modo strano. Dio solo sa che cosa sta facendo al cervello dei nostri figli". Lo smartphone ha un effetto su come interagiamo con il mondo, come ci immaginiamo di essere, su cosa sogniamo di diventare.

LA CATEGORIZZAZIONE DEL PROPRIO SÉ

“Tutto scorre” affermava Eraclito, tutto è in continuo movimento. Eppure abbiamo la forte sensazione che molte delle cose che percepiamo, compresi noi stessi, siano dotate di una stabilità interna, siano per certi aspetti permanenti. Dove sta la verità? Osservando attentamente il mondo intorno a noi ci rendiamo conto che in effetti i corpi, gli oggetti, i fenomeni e le relazioni sono in perenne mutamento, ma l'impressione prevalente è di una certa costanza. Si tratta di una forma di cecità di fronte alla natura delle cose, necessaria alla sopravvivenza, che il nostro cervello opera per riuscire a orientarsi nella complessità dell'ambiente molto ricco di sfaccettature.

J.S. Bruner, psicologo americano che si è dedicato in particolare allo studio dell'età dello sviluppo, già negli anni '50 diceva che ogni percezione del mondo intorno a noi implica un processo di etichettamento. Vediamo un oggetto nell'ambiente in cui ci troviamo e tramite le sue caratteristiche lo classifichiamo in una casella della nostra mente (per esempio la mela va nella categoria ortaggi e la sedia nei mobili). L'essere umano applica il medesimo processo anche al sé (per esempio, io sono curioso e Adele è studiosa). Categorizziamo il nostro io percependolo come qualcosa di stabile e questo è utile al fine di avere un senso di continuità riguardo a se stessi e alla propria esistenza. Non percepiamo il nostro progressivo invecchiamento, che avviene minuto dopo minuto e nemmeno ci servirebbe essere consapevoli di questa

profondità di osservazione. La conseguenza però è anche che, percependoci come un io stabile, faticiamo a portare un cambiamento in questa continuità. Una volta che etichettiamo il nostro io con determinate caratteristiche è difficile mutarle: per esempio, se ci percepiamo come persone sensibili, anche nell'occasione in cui adottiamo un comportamento di indifferenza o superficialità continuiamo a etichettare il nostro come un sé sensibile. Oltre al processo di etichettamento, applichiamo a noi stessi quello di inclusioni in classi. Questo è molto chiaro per esempio nei tifosi sportivi: essere appassionati di una certa squadra e seguirla ci colloca all'interno del gruppo sociale dei supporter di quel club.

Il processo di categorizzazione porta con sé il principio di similarità: gli elementi di una stessa categoria sono percepiti come simili, soprattutto in contrapposizione ad altre categorie. Quindi per esempio un italiano all'estero, tendenzialmente, percepisce con più forza la propria italianità rispetto a quando è in patria. Andando in un caffè italiano a Berlino, prova per il cameriere un senso di vicinanza più marcato rispetto a quello che sentirebbe se incontrasse quella stessa persona in un bar a Milano. Quindi la nostra percezione di appartenere a una categoria è determinata anche dall'ambiente in cui ci troviamo e da come categorizziamo tutti gli elementi in esso. Online definiamo la nostra appartenenza a determinate classi continuamente: tramite i Like, l'ingresso in un gruppo Facebook, la frequentazione di un sito e via dicendo, benché molto spesso sia un processo non del tutto consapevole.

La categorizzazione conduce a due effetti valutativi: appartenenza intracategoriale e differenziazione intercategoriale. In altre parole, una volta inseriti due elementi in una stessa categoria ne percepiremo maggiormente le somiglianze, mentre quando poniamo due elementi in categorie differenti vediamo maggiormente le differenze. Se entriamo in un gruppo Facebook di “appassionati di lettura”, il mondo esterno percepirà la nostra identità come molto simile agli altri profili appartenenti a quel gruppo. E quindi, per quanto lì ci possano essere persone di differenti età, professioni e provenienze, il mondo tenderà a vedere come più significative le somiglianze, facendo per così dire “di tutta l'erba un fascio”. Per fare un esempio estremo, potremmo essere visti come dei “topi da biblioteca” perché siamo all'interno di quel gruppo di lettura, e magari la nostra passione per lo sport e la natura risulterebbe meno visibile agli occhi dell'altro.

Tutti questi processi applicati alla definizione della nostra identità sono assolutamente normali e necessari per farci districare nella complessità del mondo. È importante però esserne consapevoli, perché poi questi hanno degli effetti veri e tangibili sulla nostra vita: un esempio è la profezia che si auto-avvera, concetto teorizzato da T.L. Rosenthal negli anni '60 secondo cui le nostre credenze (riguardo a noi stessi, a un'altra persona o all'ambiente in cui ci troviamo) finiscono per avere un impatto sulle condizioni di realizzazione di un evento. Quando per esempio veniamo etichettati come “bravi in matematica” e il contesto lo conferma, anche noi stessi confermiamo tale credenza, attraverso pensieri e

comportamenti di cui possiamo talvolta essere inconsapevoli. Tutto ciò avviene offline e la psicologia sociale studia questi processi da decenni, da molto prima del web. Oggi però questi stessi meccanismi ovviamente si ripropongono nella Rete e nelle nostre relazioni digitali.

CHE COSA ACCADE ALLA CATEGORIZZAZIONE DEL SÉ ONLINE?

G.H. Mead, all'inizio dello scorso secolo, fu uno dei primi studiosi di psicologia sociale che considerava l'ambiente di contorno come una sorta di specchio nel processo di costruzione della propria identità. Dunque "io sono" anche in relazione al contesto in cui mi muovo e ai feedback che esso mi rimanda. Oggi, in un'epoca di iperconnessione, la funzione di specchio del contesto sociale assume proporzioni che Mead non poteva certo immaginarsi. La nostra identità online si costituisce in un processo di continuo feedback e rielaborazione interna in un ambiente però che ha delle differenze rispetto a quello fisico. Oggi, per certi versi, noi siamo ciò che compriamo su Amazon, i Like che lasciamo su Facebook e le Stories che visualizziamo su Instagram.

Online e offline differiscono però su due piani: il tempo e lo spazio (Figura 1.1). Online il contenuto è persistente nel tempo e raggiunge un pubblico infinitamente più ampio, tanto da non poterlo controllare. E quindi, se ci immaginiamo un *continuum* di queste due dimensioni, possiamo dire per

esempio che scrivere una lettera cartacea abbia una durata e una "reachability" (per rubare un inglesismo al mondo del marketing che indica la quantità potenziale di persone raggiunte) a un estremo, mentre un post su un social è all'estremo opposto. Il fenomeno delle Stories e quindi dei contenuti effimeri sui social network è interessante proprio perché in qualche modo si pone a metà di questo continuum, o meglio cerca di dare all'online alcune sfumature dell'offline. Non scordiamoci però che anche un contenuto effimero è comunque in Rete e non sarà mai come un pezzo di carta che una volta buttato nel camino veramente non esiste più.

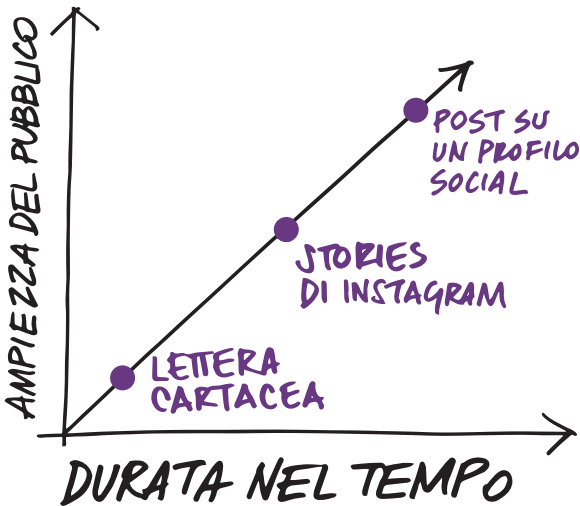


FIGURA 1.1 Ampiezza del pubblico e durata nel tempo tra online e offline.

Nel “mondo fisico” possiamo cambiare gusti, hobby, lavoro, città nel tempo e mano a mano la nostra identità si costruisce e si trasforma intorno ai vari elementi della nostra vita. Per cui si viene identificati come “quello a cui piace il calcio” oppure “quella che va spesso a ballare”, ma poi si può anche cambiare; certo, con fatica, dato ciò che abbiamo visto prima, ma in una qualche misura è fattibile. Nel mondo online, viste le differenti condizioni dell’ambiente in cui ci muoviamo, tutta questa malleabilità non c’è. In alcuni casi poco importa: se veniamo identificati come persone che amano il cioccolato non ci sono implicazioni particolarmente negative in cui poter incorrere. Se però veniamo ritenuti poco affidabili sulla scorta di contenuti pubblicati relativi a un comportamento ritenuto tale (mancato pagamento dell’affitto, ubriacatura di una sera, commenti astiosi in un blog ecc.), ecco che un episodio, seppure temporaneo e circostanziato, rischia di dare adito a una generalizzazione che non ci giova. Si parla di impronta digitale per indicare l’insieme di tracce che lasciamo online e che un pezzo alla volta vanno a costituire la nostra reputazione e quindi “chi siamo”. L’impronta digitale è costituita sia da elementi palesi (una foto che pubblichiamo) sia più nascosti (i cosiddetti “metadati”: in che orari ci connettiamo, da che luogo, che strade percorriamo, con chi interagiamo maggiormente ecc.). Un’altra dimensione che pervade la vita digitale, a proposito di categorizzazione di informazioni, è la raccolta dati a fini di profilazione degli utenti. Tutto ciò che facciamo online e come lo facciamo lascia appunto delle tracce che formano il tipo di personalità con cui veniamo

identificati. Questo è palese, per esempio, con il sistema di credito sociale in Cina, che verrà attivato in via definitiva dal 2020. Incrociando i dati provenienti da ciò che ricerca online, i comportamenti per strada (visionabile dalle telecamere con riconoscimento facciale piazzate nei luoghi pubblici) e in generale il tipo di vita vissuta, un algoritmo elaborerà l'indice di affidabilità di una persona sul territorio cinese. Ecco che il sistema di categorizzazione del sé diventa particolarmente rigido.

COERENZA ONLINE E REPUTATION ECONOMY

Potremmo anche pensare: “Che mi importa dell'identità online? In fondo, chi mi conosce sa chi sono veramente”. Il punto però è che tutto ciò che facciamo in Rete viene registrato e analizzato e va a costruire la nostra (web) reputation. Il “chi sono” è definito in buona parte dalla mia reputazione online oggi, che mi piaccia o meno. E così sempre di più l'identità digitale che ci costruiamo determina il tipo di persone che incontriamo e le nostre possibilità professionali.

Prendiamo uno degli esempi più eclatanti, in quanto uno dei primi casi di stravolgimento veloce e forte (per il tempo e lo spazio della Rete) della vita di qualcuno a seguito di un tweet. Il 20 dicembre 2013 Justine Sacco, allora a capo delle pubbliche relazioni di IAC (società americana che comprende oltre trenta aziende, tra cui Vimeo e match.com), prese un

aereo da New York verso Cape Town. Poco prima di imbarcarsi allo scalo di Londra, twittò ai suoi 170 follower: “Sto andando in Africa. Spero di non prendere l’AIDS. Sto scherzando. Sono bianca!”. Il tempo del suo volo per il Sud Africa è stato sufficiente affinché quel tweet diventasse virale, lei venisse licenziata (scoprendolo pubblicamente solo una volta atterrata), all’aeroporto di arrivo ci fossero manifestanti pronti a linciarla e tutta un’altra serie di conseguenze devastanti del tutto inaspettate.

Insomma quella che doveva essere una battuta tra amici (non soffermiamoci sulla bontà o meno della stessa) si è rivelata un evento che ha stravolto la vita di chi l’ha pronunciata in poche ore. L’argomento della gestione dell’identità online non è relegato al mondo degli adolescenti che pubblicano contenuti sconvenienti, di fatti simili a quello vissuto da Justine Sacco ce ne sono diversi, accaduti a persone adulte con posizioni lavorative di tutto rispetto. L’identità di Justine Sacco ha subito un etichettamento e un’inclusione in classi che le sono costati il lavoro che tanto amava, perché l’azienda non ha voluto essere associata a un’impiegata con la nomea di razzista: questa è la reputation economy.

Nel mondo fisico, dove sono coinvolti i corpi, da un lato la comunicazione può essere più complessa e faticosa, dall’altro però ci possiamo anche permettere una maggiore libertà di espressione perché il non verbale ci assiste nell’abbassare la probabilità di essere incompresi. E quindi incontrando una persona faccia a faccia possiamo fare una battuta sarcastica senza correre il rischio di fraintendimenti, perché il nostro

interlocutore vedrà il tono e il modo in cui ci stiamo esprimendo. Online gli elementi della comunicazione non verbale semplicemente mancano, benché gli emoji cerchino in qualche modo di supplire.

La nostra identità digitale è fatta dai post pubblicati, dalle foto condivise, dai tag, dagli stati di WhatsApp, dalla foto profilo ecc.: ricordiamoci anche che queste sono praticamente le uniche informazioni che una persona che non ci incontra dal vivo può raccogliere su di noi, prima di un'eventuale conoscenza diretta (che sia un colloquio di lavoro o un appuntamento romantico). E benché potremmo pensare che in fondo una persona non dovrebbe giudicarci per ciò che abbiamo scritto sullo stato di WhatsApp o sul commento lasciato in un blog, non dimentichiamo che la prima impressione (che oggi dipende anche da ciò che c'è di noi online) ha un peso importante nella costruzione dell'idea che l'altro può avere su di noi. Semplicemente perché il nostro cervello opera per semplificazione e quindi non può compiere ragionamenti razionali di fronte a tutti gli elementi percepiti.

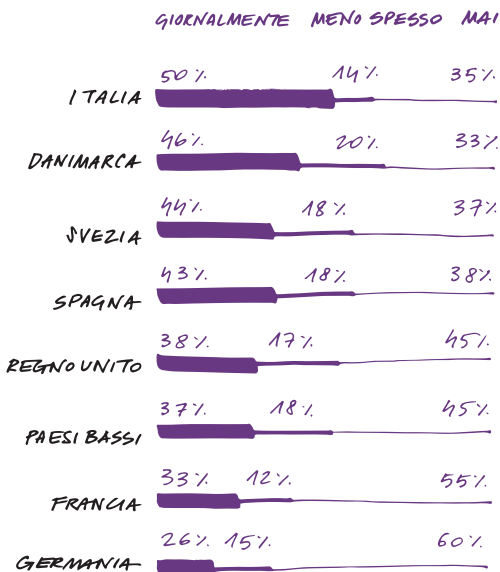
Siamo esseri emotivi che pensano e non esseri pensanti che provano emozioni.

Antonio Rosa Damásio

Il 64% degli italiani si informa online (Figura 1.2). Sul web cerchiamo su ciò che accade nel mondo, ma anche informazioni sul conto di persone. Accade nell'ambito privato come in quello professionale, e quindi se ormai è prassi per noi

andare dare un'occhiata al profilo di una persona che per qualche motivo ci interessa, un comportamento molto simile lo tiene anche un nostro potenziale datore di lavoro.

% DI ADULTI IN OGNI NAZIONE CHE SI INFORMA DAI SOCIAL MEDIA



LE MAGGIORANZE IN MOLTI PAESI EUROPEI SI INFORMANO SUI SOCIAL MEDIA.

FIGURA 1.2 Quanto gli europei si informano sui social media (Mitchell et al., 2018).

Il 70% dei datori di lavori intervistati per una ricerca di CarrerBuilder (Nauen, 2017) dichiara di utilizzare i social media per raccogliere informazioni sui candidati. Ognuno di noi ricopre una serie di ruoli nella propria vita e gli altri si aspettano un comportamento conforme a essi: figlio, genitore, amico, professionista, sportivo ecc. J.L. Moreno, padre dello psicodramma (metodo d'azione usato in formazione e psicoterapia in cui i partecipanti esplorano i propri vissuti tramite la drammatizzazione teatrale), basa il suo lavoro sulla Teoria del ruolo, in cui il ruolo si definisce come la forma operativa che l'individuo assume nel particolare momento in cui reagisce a particolari situazioni in cui sono coinvolte altre persone e oggetti. Dunque si tratta di un insieme di comportamenti che vengono agiti in relazione all'ambiente circostante, e non di azioni che circoscrivono qualcuno in forma definitiva, stabile, permanente, perlomeno non in tutte le sue sfaccettature. Alcuni ruoli più di altri sono pubblici e oggi più di ieri è importante comprendere dove vogliamo porre ciò che facciamo lungo il *continuum* tra privato e pubblico (Figura 1.3). Ancor più importante è aver chiara la distinzione tra "personale" e "privato": possiamo decidere di mostrare un aspetto personale (i nostri gusti in fatto di cibo, per esempio) senza ledere la nostra area privata. I problemi sorgono quando si perde il confine tra queste due dimensioni e quindi un fatto privato diventa pubblico.

Quindi, per esempio, Justine Sacco, presentando il proprio ruolo di persona con un black humor (probabilmente il tweet è nato per questo), si è mostrata coerente con un ruolo di

razzista (motivo per il quale l'azienda l'ha licenziata, per il contrasto netto con la propria immagine).



FIGURA 1.3 Esempi di ruoli che si pongono lungo il continuum tra sé pubblico e sé privato.

L'essere umano ha sempre cercato coerenza nel mondo allontanandosi da ciò che viene definita "dissonanza cognitiva", per dare un ordine; questo ancor di più vale online, dove tutto permane. Da una persona che classifico come affidabile mi aspetto certi comportamenti coerenti con la mia idea di affidabilità.

Oggi la rete ci chiede di essere coerenti, non perfetti.

Matteo Flora¹

1. Founder di The Fool, società leader nella gestione della reputazione online.

Riprendendo un altro concetto dello psicodramma moreniano: nell'era digitale più che mai il rischio è la cristallizzazione del ruolo, ovvero il blocco della nostra personalità su uno stereotipo che non lascia spazio ad altro. Justine Sacco si è cristallizzata nel ruolo di razzista e uscire da quel confine rigido non è facile.

ANDARE ONLINE PER CIÒ CHE SI PUÒ FARE E RESTARCI PER CIÒ CHE SI PUÒ ESSERE

Nel film *Ready Player One* Steven Spielberg mostra il fenomeno della creazione di una nuova identità online, a proprio piacimento. Lì si tratta di un videogame (Oasis) che poi diventa più reale del mondo fisico, per certi versi. Una storia fantascientifica – ambientata in un futuro che potrebbe essere prossimo – in cui le persone sono immerse in un gioco/social online dove molti trascorrono la maggior parte del tempo, visto che è molto più piacevole del contesto fisico in cui vivono, fatto di spazi angusti, baracche e scarsità di risorse naturali.

Oggi forse una domanda che vale la pena porsi è se rifugiarsi nel mondo online sia una conseguenza del percepire il contesto fisico come il luogo angusto di Spielberg, non riuscendo ad apprezzare ciò che si ha, a valutarlo come una risorsa. Come dice a un certo punto il protagonista: “Le persone entrano in Oasis per quello che possono fare e poi ci

restano per quello che possono essere”. Ma online riusciamo veramente a trovare chi siamo?

Identità digitale vs competenza somatica

(a cura di Simone Matteo Russo²)

La disponibilità immediata del mezzo digitale ha stravolto le pratiche individuali e collettive di gestione dei momenti di solitudine e disagio: “Quando sono giù, ho bisogno di stare con le mie serie TV”, mi dice Anna in seduta. E così Antonio: “Mi sento spesso stressato. In quei momenti, prendo il telefono per giocare. Altrimenti vado fuori...”. Anna e Antonio non ricercano una condivisione emotiva, nemmeno nei giorni successivi; ciò di cui hanno sempre più bisogno è un coinvolgimento corporeo immediato, intenso e distraente da un’implicazione personale.

Le differenze tra l’uso degli oggetti digitali e i rimedi del passato sono sostanziali: l’avviamento della procedura è comodo, veloce e “senza impegno”; l’attivazione produce un’enorme dose di piacere e coinvolgimento sensoriale che “stacca” da tutto ciò che provoca malessere; la veloce accessibilità induce facilmente a fenomeni di dipendenza. Non c’è bisogno dell’Altro per stare subito meglio.

La continua esposizione al codice digitale, cioè a un processo comunicativo che s’impone alla sensorialità stimolando attività di tipo riflesso, non riflessive, produce un aumento della reattività a scapito delle capacità introspettive. Il

2. Psicologo, psicoterapeuta, psicosomatologo. Co-autore con R.M. Scognamiglio di *Adolescenti digitalmente modificati (ADM). Competenza somatica e nuovi setting terapeutici*, Mimesis, Milano 2018.

training digitale, cui tutti noi siamo inconsapevolmente sottoposti, ci spinge compulsivamente a spostare l'attenzione all'esterno alla ricerca di oggetti per distribuire la tensione che accumuliamo. Di conseguenza, non essendo più allenati a utilizzare processi psichici per regolare il disagio, non può compiersi il necessario lavoro interiore che apre alla costruzione del desiderio, cioè alla capacità di tollerare l'insoddisfazione di non avere tutto e subito.

Ma c'è di più!

Un ulteriore effetto della tendenza digitale sulle nostre individualità è limitare la complessità del sentire a semplici rapporti di causa-effetto, oscurando le sfumature emotive dei piaceri e delle sofferenze provate. Si produce, così, una separazione profonda tra mente e corpo, tra ciò che siamo e ciò che consumiamo. Il grande pericolo è che la soggettività resti imprigionata in un corpo sempre più bisognoso e reattivo che prende il sopravvento.

Dunque, che fare? Come possiamo salvaguardare l'evoluzione di un'identità che tenga conto del nostro sentire?

Nel tempo attuale, la sfida è trasformare il corpo da ostacolo in strumento per capire chi siamo e che cosa desideriamo. In soggetti che tollerano sempre meno le frustrazioni, occorre sviluppare una competenza somatica, cioè l'abilità di ascoltare la complessità di ciò che accade nel corpo quando si è in relazione. Dobbiamo affidarci, cioè, a un continuo ascolto interno per uscire dal flusso che ci trascina dall'esterno al fine di riconoscere la complessità che ci attraversa. I collegamenti tra emozioni e parole che ci dicono chi siamo passano inevitabilmente dal corpo.

È il corpo, dunque, al centro della possibilità di conoscerci.

La competenza somatica è lo strumento per ritrovare senso e riagganciare l'uomo ipermoderno all'individualità che lo abita.

Come dice il dott. Russo, dunque, in un certo senso il cellulare diventa il nostro rifugio e compagno nei momenti di frustrazione. D'altro canto chi "altro" troviamo, a parte forse la mamma, che ci dimostra un tale livello di tolleranza, flessibilità e disponibilità?

A seconda di cosa desideriamo, in qualsiasi momento possiamo giocare, scrollare newsfeed, leggere notizie, guardare video e via dicendo.

L'ambiente in cui viviamo e ci muoviamo influenza il modo in cui ci comportiamo, la psicologia ambientale l'ha ampiamente dimostrato da tempo. L'architettura (ieri soltanto fisica oggi anche, anzi molto, digitale) ha effetti significativi sul nostro comportamento, su chi ci immaginiamo e chi vogliamo essere.

Prima siamo noi a dare forma agli edifici, poi sono questi a dare forma a noi.

Winston Churchill

Oggi dobbiamo tenere in considerazione che uno degli ambienti in cui più ci muoviamo è Internet, con i siti web, le piattaforme, le app social ecc. e quindi il modo in cui un ambiente è costruito influenza gli aspetti sociali e anche identitari dell'individuo.