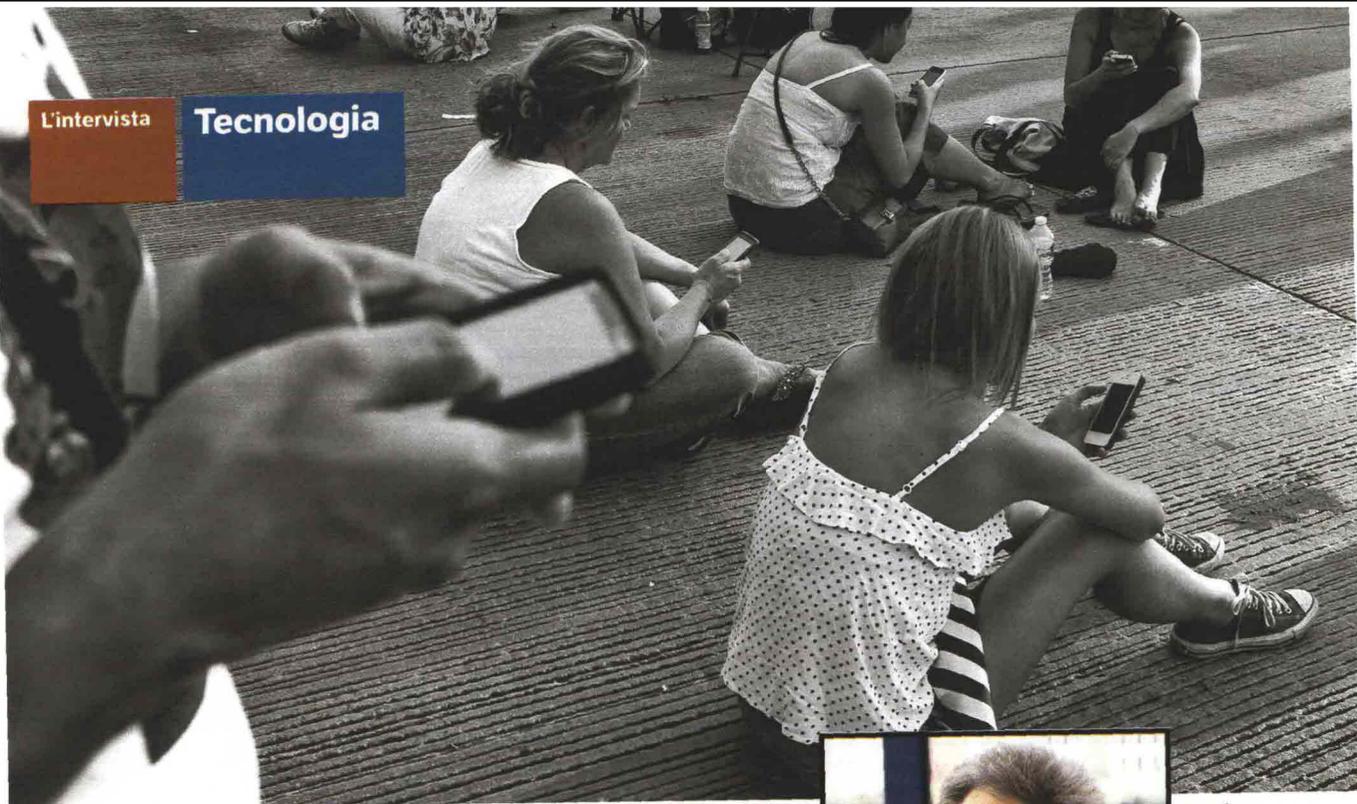
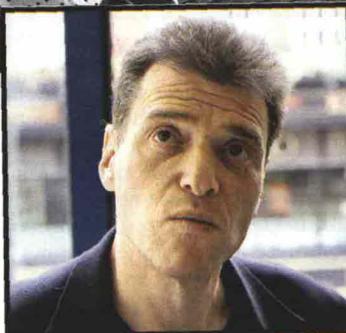


L'intervista **Tecnologia**



www.ecostampa.it

Prigionieri dei social network



Bastian contrario. Andrew Keen è uno dei più discussi guru di Internet. Il suo ultimo libro (sotto) è una critica dei social media.

«Tirano fuori il nostro esibizionismo, svendono la nostra privacy, ci alienano». Parola di Andrew Keen, l'anti-guru.

Twittate le vostre letture? Postate le vostre foto su Instagram? Fate il check-in su Foursquare appena entrate in un locale? Ma soprattutto, condividete i vostri pensieri su Facebook, raccontando quanto sia noiosa la lezione, eccitante quell'attrice o pesante il vostro capoufficio? Se nelle ultime 24 ore avete fatto almeno una di queste azioni, prendetevi 5 minuti per valutare i consigli dell'inglese Andrew Keen, imprenditore e analista nel mondo digitale, editorialista per TechCrunch e la Cnn, autore di *Vertigine digitale* (Egea, 2013), libro molto critico sull'impatto dei social media

sulla nostra vita. E se non siete fanatici dei social network, leggetelo lo stesso: le sue tesi potrebbero confortarvi.

In estrema sintesi, Keen afferma che il Web 3.0 di Facebook, Twitter, Google+ non fa bene. I social media non ci rendono più liberi come ci vogliono far credere. Tutto il contrario: ci indeboliscono, ci rendono schiavi del nostro narcisismo e frammentano la nostra identità, regalandola a imprenditori che la trasformano in soldi. Tanti soldi, ma solo per loro.

Lo abbiamo incontrato a Milano per commentare il suo allarme che, leggendo il libro, ci era sembrato eccessivo. Discutendo con lui, però, si sco-

pre che il suo atteggiamento verso i social network è sì critico, ma non di chiusura. Perché la faccenda è complessa.

È stato definito l'anticristo della Silicon Valley, il guru anti-social. Si riconosce in queste definizioni?

Un po' sì, ma non sono necessariamente contro la rivoluzione digitale, sono semplicemente critico. Non si può ignorare che i social network abbiano avuto un impatto positivo sulla nostra vita. E anche su molti processi democratici, come nella primavera araba o nelle proteste di Occupy Wall Street contro le ingiustizie economiche. Purtroppo vedo anche i pericoli.



Che cosa la preoccupa di più?

Il fatto che, a causa di un narcisismo imperante, abbiamo rinunciato alla nostra privacy: condividiamo tutto online, anche i dati più intimi.

Nessuno ci costringe a farlo.

Giusto, però è anche vero che ormai essere presenti su queste piattaforme è diventata una necessità. Sono delle porte di accesso al mondo. Ma la visibilità di Facebook e degli altri social network è una trappola. Ci trasforma in tanti esibizionisti inchiodati sul >>

L'intervista **Tecnologia**

» palcoscenico in una sorta di follia autopromozionale.

Peggio per chi lo fa, si potrebbe dire. Anche lei, per esempio, è su Twitter ma non su Facebook.

Tutti siamo stati sedotti dai social media. Ci è stato detto di rivelarci, di metterci a nudo, sempre di più, sulla Rete. In realtà questo esporci ci regala soltanto una dolorosa solitudine. Ho rinunciato a Facebook perché provo imbarazzo per come alcuni vi si espongono. Ma non posso permettermi di non essere presente su Twitter che mi consente di mostrare la mia creatività, i miei libri e mi procura conferenze e interviste.

Dunque anche lei è un po' esibizionista?

Il punto è un altro. Quale sarà esattamente il destino della privacy, quando tutti noi saremo intrappolati, nel bene o nel male, in questa rete fondamentalmente trasparente di "condivisione continua"? Che cosa succederà tra appena 7 anni, nel 2020, quando tutto - dall'automobile intelligente alla Tv interattiva, dagli smartphone al frigorifero domestico - sarà interconnesso?

Possibile che uno come lei tema le tecnologie?

Non temo l'innovazione tecnologica in sé, ma l'uso che se ne può fare. Grazie a oggetti



Social democrazia. Una donna inuit condivide sui social media un incontro pubblico con il primo ministro canadese.

Facebook ogni giorno ha quasi 700 milioni di utenti attivi

come gli occhiali intelligenti o l'auto che si guida da sola - e soprattutto a causa della "condivisione automatica" - la nostra privacy non esisterà più. Annientata, o meglio, svenduta a un'élite di persone che saprà in tempo reale dove siamo e cosa stiamo facendo. Queste informazioni però saranno vendute - questa volta a caro prezzo - ai pubblicitari e al marketing.

Già oggi, i dati personali sono considerati il petrolio di Internet.

Però rischiamo di diventare, da persone che siamo, dei prodotti. E io non voglio diventare un prodotto di Facebook o degli altri social network e far guadagnare una montagna di soldi a chi vende i miei dati personali.

Online. I Google Glass mostreranno informazioni sulle lenti. «Ma io vedo il rischio che Google sappia sempre dove siamo» critica Andrew Keen.



D'accordo, ma come ogni rivoluzione tecnologica, anche i social media hanno portato vantaggi ed effetti collaterali.

Be', non lo definirei soltanto un effetto collaterale. Quando è nata Internet si è diffuso un modello basato su contenuti gratuiti e disponibili per tutti. Un vantaggio innegabile che però ha messo in crisi il mondo dei mass media e dell'informazione. Rischiamo che si verifichi qualcosa di analogo

su scala più ampia con i social network.

Esistono soluzioni per evitare l'apocalisse che disegna nel suo libro?

Sì, certamente. Innanzitutto lo spirito critico, per vivere la nostra socialità digitale in modo più equilibrato. Poi un maggior livello di alfabetizzazione tra i consumatori sulla vera natura delle aziende Web 3.0. Quello che la gente deve capire è che i servizi "gratuiti" su Internet non sono mai veramente tali. Ma non è sufficiente. Ci vuole anche l'impegno legislativo per rendere più comprensibili e favorevoli le condizioni d'uso dei social network. E anche la tecnologia ci potrà aiutare, mettendo una data di scadenza ai dati che lasciamo sul Web, volontariamente o inconsapevolmente, in modo da dare a tutti il diritto all'oblio. ■

Gian Mattia Bazzoli

PC WEENIES



Intrappolati. Una striscia comica dal messaggio chiaro: e se dipendesse da ciascuno di noi?