



<http://andreagranelli.nova100.ilsole24ore.com/>

Il lato oscuro del digitale: se lo conosci lo eviti

La tecnologia crea innovazione ma – contemporaneamente – anche rischi e catastrofi: inventando la barca, l'uomo ha inventato il naufragio (Paul Virilio)

Siamo esseri analogici intrappolati in un mondo digitale (Donald Norman)

Paul Virilio è un grande filosofo, sociologo, epistemologo (e molto altro) francese; figura coltissima che – grazie ai molteplici interessi – riesce a vedere i fenomeni da angolature inedite e suggestive. La sua affermazione stupefacente ci ricorda che la tecnologia crea certo innovazione ma anche – e nello stesso momento – rischi e catastrofi. Inventando la barca l'uomo ha – nei fatti – inventato anche il naufragio. Il concetto di naufragio non esisteva infatti prima che ci fossero le barche: è stato quindi “inventato” dall'uomo. Sembra un gioco di parole ma non lo è. È un suggerimento sapiente per metterci in guardia dal facile ottimismo che attraversa (o perlomeno attraversava fino a poco tempo fa) ogni riflessione sul fenomeno del digitale. Il designer Donald Norman rincara la dose, ricordandoci della sostanziale inconciliabilità fra sistemi digitali e sistemi biologici.

Oggi, però, c'è molta confusione sul digitale; siamo pieni di slogan positivi o di preoccupazioni apocalittiche; il discorso è dunque molto polarizzato fra tecno fan e tecno fobici e chi ne paga le conseguenze è proprio l'utente meno esperto. Può allora essere utile chiarire qualche concetto.

Innanzitutto **il digitale è un ambiente non è un semplice strumento**. Un ambiente che ci sta trasformando e che è talmente parte di noi che è difficile renderci conto del processo trasformativo messo in atto; è un po' come il linguaggio: è difficile parlare del linguaggio usando il linguaggio stesso; c'è interferenza, c'è una naturale autoreferenzialità. Bisogna dunque astrarre il problema e salire di un “livello logico”, bisogna meta-ragionare, come dicono gli esperti, e osservarci “dall'alto” mentre usiamo il linguaggio, diventare noi stessi oggetto di indagine ... Allora il linguaggio diventa anche oggetto di analisi e non solo strumento espressivo. Questo metodo va utilizzato anche con il digitale; è infatti talmente pervasivo nella nostra vita, ci condiziona quotidianamente in così tanti comportamenti e aspetti, che deve essere “osservato” dall'esterno, con una modalità meno soggettiva e più oggettiva. Per questo motivo non è facile parlare in maniera critica del digitale, non è facile renderci conto quanto il digitale stia condizionando i nostri comportamenti e modificando i nostri ragionamenti. Pensiamo a come comunichiamo, leggiamo, cerchiamo le informazioni, facciamo di calcolo, gestiamo i nostri risparmi, organizziamo i nostri viaggi, ... e riflettiamo quanto utilizzo di strumenti digitali facciamo ...

Penso che questa consapevolezza – che talvolta trovo utile chiamare “*digital awareness*” – sia assolutamente necessaria, anche perché ritengo che un discorso errato, superficiale, mal orientato nei confronti del digitale, faccia un cattivo servizio innanzitutto allo stesso fenomeno. Il digitale è infatti straordinariamente potente e utile, ma anche molto pericoloso (anzi più è potente più è potenzialmente problematico) e quindi deve essere compreso in maniera non superficiale; solo a valle di ciò, ciascuno di noi costruirà i propri percorsi e contesti d’uso, creerà le proprie pratiche e “diete” digitali. Bisogna dunque leggere il digitale senza sconti.

In secondo luogo, **del digitale si fa sempre di più ostentazione che educazione**, marketing più che conoscenza. È quindi venuto forse il momento di invertire il processo: innanzitutto dobbiamo ricordarci che il digitale ha avuto un tasso di trasformazione vorticoso, quasi incredibile. È nato come strumento di calcolo – pensiamo ai primi calcolatori – e poi è diventato strumento di visualizzazione delle informazioni (video, stampanti, plotter, ...); successivamente è diventato capace di archiviare le informazioni (nastri, dischi, memorie a stato solido, ...) e poi è anche diventato strumento di comunicazione (posta elettronica, chat, blog, ...); poi sono esplose le sue funzionalità: scrivere, disegnare, criptare, pagare, attivare processi, modellizzare, monitorare fenomeni, riconoscere, simulare, ... Il digitale ha creato un vero e proprio universo funzionale, a cui sono associate infinite possibilità di uso.

Per questo motivo può risultare difficile usarlo correttamente, soprattutto all’utente neofita. Come la neuroscienza ha recentemente dimostrato (il cosiddetto “paradosso della scelta”) l’aumento del numero delle opzioni a disposizione dell’utente non migliora/semplifica la sua vita, anzi, la complica e – tendenzialmente può peggiorarla, aumentando i dubbi e i timori di non scegliere la funzione in quel momento più adatta. L’esplosione delle funzionalità digitali è oramai incontenibile e si può fare veramente “qualsiasi cosa” ...

Per questo la formazione al digitale è molto complessa e non va né sottovalutata, né banalizzata; non si tratta di insegnare all’utente l’uso di una “leva” o un semplice strumento. È molto di più ... Oltretutto il digitale è un vero proprio linguaggio, con la sua grammatica e la sua retorica.

Infine **il digitale sta ridefinendo molte regole e confini**: tra reale e virtuale, tra esistente non esistente, tra vero e falso, tra atto individuale e atto collettivo, tra lecito e illecito, ... Prendiamo ad esempio il diritto d’autore; che dire del concetto di copia nell’era di Internet ? Quando un utente visita un sito web e accede a dei contenuti che non sono di sua proprietà, la funzione tecnica di “lettura su web” copia temporaneamente sul suo computer (senza che lui lo richieda esplicitamente) il contenuto che sta consultando; è un atto di copia (anche se temporanea) di cui l’utente è sostanzialmente inconsapevole; è quindi evidente che il concetto di copia digitale è molto diverso da quello tradizionale, dove era necessaria una scelta deliberata di copiare, usando tra l’altro strumenti pensati specificamente per la copia (ad esempio le fotocopiatrici).

Quando una tecnologia innova molto, perturba anche le norme esistenti e la legge si mette allora alla sua ricerca; ma è spesso una rincorsa affannosa quasi impossibile, anche perché sono i comportamenti che nascono dalla nuova tecnologia (spesso non previsti neanche dai progettisti di quella tecnologia) che creano i problemi, non la tecnologia di per sé. E quando i comportamenti indesiderati si diffondono e si consolidano, il legislatore cerca di porvi rimedio; ma è sempre un processo ex post.

D’altra parte noi tendiamo a difendere le nostre credenze anche quando le evidenze sono schiaccianti. Come non ricordare il caso delle sigarette. Quanto tempo abbiamo impiegato per dire che il fumo fa male e a poterlo scrivere sulle sigarette. Lo stile di vita costruito dai produttori di sigarette per il fumatore (pensiamo all’uomo *macho* di Marlboro Country o al simpatico *Cammello* di Camel) e alimentato da fiumi di risorse pubblicitarie è stato difficile da incrinare ... Nel caso del digitale, le potenze in gioco sono infinitamente più grandi. Solo Apple vale quasi come la Borsa italiana (al netto delle periodiche fluttuazioni del mercato ...). Proviamo ad immaginare quanto valgono – insieme – Apple, IBM, HP, Microsoft, France Telecom, Intel, Nokia, Oracle, SAP, EMC, Google, Twitter, facebook, Nintendo, China Telecom, Huawei, Samsung, Alibaba, ... Quest’ultima – appena quotata – ha raggiunto un valore di borsa di 200 miliardi di dollari ...

Tutte queste aziende – insieme – formano un gigantesco aggregato economico centrato sulle tecnologie digitale e che ha costruito – nei fatti – una sorta di **pensiero unico del digitale**, che può essere riassunto nelle seguenti tre regole:

1. il digitale è sempre cosa buona e giusta;
2. più digitale possiedi, meglio è;
3. se qualcosa della tua soluzione digitale non funziona correttamente, la prossima release risolverà il problema.

È un pensiero unico molto molto pericoloso – se non contrastato –, che è stato costruito, orientato e rafforzato dalle riviste (specializzate e non), dai convegni, dalle pubblicità e dai giornalisti “evangelisti”. Uno degli effetti di questo pensiero unico è che la gente ha timore ad esplicitare ciò che non va, i problemi che insorgono usando il digitale. La credenza che si è diffusa è che quando qualcosa non funziona correttamente è più probabile che sia colpa dell’utente e della sua scarsa conoscenza, che richiede pertanto una dose ulteriore di alfabetizzazione. Inoltre – come ha osservato Sherry Turkle in *Alone together*, «la tecnologia è seducente quando i suoi richiami incontrano la nostra umana vulnerabilità».

Ma tutto ciò non è accettabile. Non solo perché inibisce gli utenti, gli schiaccia a umili manovali del digitale. Ma perché non aiuta la diffusione del digitale, non consente di esplicitarne le straordinarie potenzialità. Per questo motivo dobbiamo reintrodurre il senso critico anche nel digitale. Non quella critica ipocrita della volpe e l’uva né quella tendenziosa (il “dubitare per dubitare”) il cui fine ultimo è lo scetticismo e l’antimodernismo. Quello che serve è il dubbio metodico che Cartesio metteva alla base del suo metodo scientifico: una “prova del fuoco” per eliminare tutte quelle credenze e stereotipi – prodotti sia dalle ingenuità e incompetenze degli utenti che dalle sofisticazioni e manipolazioni dei produttori di soluzioni digitali – e riportare in superficie la vera natura del digitale. Quel senso che Ernest Hemingway, in una celebre intervista del 1954, ha descritto con grande efficacia: «*Every man should have a built-in automatic crap detector operating inside him*». L’uomo ha certamente bisogno di luoghi comuni, di certezze da applicare automaticamente ... il rischio è però che la praticità che si trasforma in necessità, il pre-giudizio in verità inconfutabile ... Come ha scritto Primo Levi, «quante sono le menti umane capaci di resistere alla lenta, feroce, incessante, impercettibile forza di penetrazione dei luoghi comuni?». Si deve dunque fondare la “ragione tecnica” su solide basi; Cartesio sosteneva infatti che il dubbio fosse l’origine della saggezza e che **l’errore consistesse semplicemente nel fatto che «non sembra esser tale»**.

Alcuni lati oscuri del digitale ...

Solo capendo anche i problemi – i lati oscuri – del digitale, pesandone le rilevanze e gli impatti e comprendendone l’eziologia, potremmo dominare queste tecnologie, piegandole ai nostri voleri. E queste dimensioni problematiche stanno emergendo a dismisura. Vediamone – a volo d’uccello – alcune, a puro titolo di esempio. Feci un esercizio più sistematico tre anni or sono scrivendo *“Il lato oscuro del digitale. Breviario per (soprav)vivere nell’era della Rete”*... Ma nel frattempo moltissime cose sono cambiate.

L’esplosione comunicativa: il flusso delle comunicazioni personali ci sta scappando di mano; è stato per esempio calcolato (*Internet 2012 in numbers*, royal.pingdom.com) che quasi il 70% della mail che gira ogni giorno in tutto il mondo è “posta porcheria”, che intasa i server e non porta nessuna informazione (anzi spesso infetta i sistemi con *virus*, *malware*, *trojan horses*, ...). Si incomincia inoltre a parlare di *concentratio interrupta* (che richiama naturalmente un altro tipo di interruzione ...) per indicare la difficoltà di rimanere concentrati a causa dei PC sempre collegati a Internet, degli *smartphone* che sono oramai una protesi del nostro corpo, ... Una recente ricerca ha stimato che mediamente il lavoratore della conoscenza – e cioè nei fatti tutti noi – non riesce a stare concentrato ininterrottamente per più di tre-quattro minuti; detto in altro modo, ogni tre-quattro minuti avviene qualcosa che ci cattura l’attenzione e interrompe ciò che stavamo facendo; può anche essere anche un semplice bip che segnala che ci è arrivato un sms, ma anche la decisione di leggerlo dopo interrompe il pensiero corrente.

La privacy e l’uso delle informazioni personali: il cosiddetto *Datagate* ha portato il tema alla ribalta. A parte il commento di Obama poco dopo il fatto – ha infatti parlato di “modesto abuso della privacy” .. – la

cosa per me più curiosa è stata la reazione del giorno dopo da parte non solo dei media ma anche dei tecnici, degli informatici i quali si ponevano pubblicamente domande del tipo: “Ma come è possibile che ciò sia avvenuto?” “Dimostratemi che quello che è capitato è vero!” Come se gli addetti ai lavori non sapessero che era possibile spiare e registrare comunicazioni private, scambio di documenti, Si poteva certo augurarsi che ciò non accadesse, attività un po’ ingenua ma comprensibile. Ma “cadere dalle nuvole” e rimanere stupiti per il fatto che fosse tecnicamente possibile questo è inammissibile; bisogna proprio travisare la realtà.

L’eccesso di informazione: si tratta dell’*“information overload”* e dell’insieme di tutte le patologie informative che ne conseguono (fenomeno peraltro anticipato da Toffler nel suo *Future Shock* del 1970). Nel XIV secolo, la summa della conoscenza era racchiusa nella Biblioteca fondata da Carlo V di Francia – detto il Saggio –, dove erano contenuti 917 volumi: questa era la misura dello scibile umano a quei tempi. Quando Chirac aprì – nel 1997 ma nella stessa nazione di Carlo V – la grande biblioteca sulla Senna, erano stati predisposti oltre 400 km di scaffali. Questo semplice confronto dà un senso anche visivo alla straordinaria dilatazione della conoscenza che è avvenuta negli ultimi tempi; dilatazione che tocca anche noi; infatti, tramite Internet, contribuiamo alla moltiplicazione dei contenuti: frasi, mail, messaggi, le nostre foto, i nostri filmati, i nostri siti personali. Questa iperproduzione sta creando molti problemi che possono essere sintetizzati da un bellissimo verso del poeta Samuel Taylor Coleridge, efficace metafora di quello che sta accadendo oggi nel mondo dell’informazione: «acqua acqua dovunque, e neppure una goccia da bere» (*La ballata del vecchio marinaio*). Dietro questo grande “lato oscuro” ve ne sono molti “secondari”; vediamone in particolare tre:

Innanzitutto il fatto che le informazioni sulla rete siano sempre più numerose ma sempre meno nutritive; alcune di esse stanno inoltre trasformandosi in veri e propri “rifiuti semiotici”, per usare una bella ed efficace espressione coniata dallo storico del design Ezio Manzini. Da Internet non si riesce a eliminare nulla: il motore di ricerca, infatti, non cancella, ma si limita a indicizzare e accumulare archiviando indici e contenuti in modo permanente. Per questo motivo troviamo su Internet sempre più informazioni che hanno perso il loro contenuto informativo: programmi di convegni già tenuti, pubblicità di prodotti usciti dal mercato, descrizioni di eventi che si sono rivelate errate, contenuti poi dimostratisi falsi,

In secondo luogo il tema dell’informazione non attendibile sulla Rete. Solo un piccolo esempio: la frase molto citata “*L’unico vero viaggio verso la scoperta non consiste nella ricerca di nuovi paesaggi, ma nell’aver nuovi occhi*” – scritta da Proust nella *Recherche* – viene spesso attribuita a Voltaire o a Rousseau. Pochi se ne accorgono: è talmente comodo trovare massime e frammenti di saggezza “a distanza di click” ... Perché dunque controllare la fonte; oppure come controllare la fonte se non si comprano né leggono più i libri ... si pensa che sia sufficiente andare su un altro sito, magari non sapendo che, a sua volta, quel sito si è alimentato di informazioni da un sito già contaminato ... Wikipedia è piena di informazioni errate (per distrazione, per gioco o per volontà manipolatoria), che sono state addirittura classificate con un nome: *hoax*.

Infine la facilità di trovare le informazioni “a distanza di click” sta creando quello che viene chiamato “effetto Google”: noi stiamo progressivamente impoverendo le nostre capacità mnemoniche perché pensiamo “tanto lo trovo su Google ... allora perché dovrei ricordarmelo?”. Così lo sforzo cognitivo si riduce drasticamente. È vero che già Platone nel Fedro era preoccupato che perfino la lettura di un libro avrebbe indebolito irreparabilmente la memoria (e così in parte è stato): ma la pratica di Google può avere effetti sistematici. Se non memorizzo nella mia mente non posso riutilizzare l’informazione in maniera creativa, seguendo quello che Steve Jobs chiamava “connettere i puntini”: pochi puntini (nella memoria) poche nuove connessioni. Roberto Casati, commentando il libro di Eli Pariser su Google (*Il filtro. Quello che internet ci nasconde*), nota che sta nascendo una sorta di “intrappolamento informazionale” degli utenti guidati dai motori di ricerca; in sostanza i motori di ricerca sono nati per l’informativa commerciale e non per i ricercatori di conoscenza; il loro cuore algoritmico sono i cosiddetti sistemi di *recommendation*: se vado ad esempio su Amazon e acquisto un disco di Brahms, il sistema mi segnala che chi ha comprato questo disco ha comprato anche altri dischi (ipotizzando dunque un’affinità di gusti). Questo meccanismo

può essere utile ed efficace nel mondo del commercio, ma diventa pericoloso se è il criterio con cui Google propone “conoscenza pura” (cioè non legata a specifiche transazioni commerciali).

I rischi del **multitasking**: la neuroscienza ha recentemente dimostrato che il multitasking è dannoso, è inefficiente; e ciò perché è innaturale. Noi siamo esseri sequenziali, non *multitasker*. Infatti il costo di *switch off e switch on* che fa il cervello quando passa da un compito all'altro – interrompere un processo salvando tutte le informazioni e recuperare dati e contesto per farne partire un altro – è molto costoso. Per questo motivo quello che pensiamo essere parallelismo è – nei fatti – una sequenzializzazione molto frammentata e poco furba. È meglio dunque completare la *task* (o perlomeno un *sub-task*, una sua parte compiuta) prima di iniziarne un altro ... I nostri figli adottano il *multitasking* come pratica naturale di vita (ad esempio studiano con la televisione accesa e nel frattempo chattano e magari hanno un po' di musica sottofondo ...), ma il comportamento è innaturale: ecco perché sono tanto distratti e non riescono a concentrarsi che per pochissimo tempo.

L'inadeguatezza dei **nativi digitali**: siamo davvero sicuri che i nativi digitali siano più adatti al mondo digitale dei cosiddetti immigrati digitali? Un refrain che scandisce le Agende digitali europee è che quando la società sarà piena (e governata) dai nativi digitali, non avremo più problemi e la società digitale potrà finalmente fiorire nella sua pienezza ... La scienza dice però qualcosa di diverso; non è vero che i nativi digitali siano i più bravi, i più consapevoli, i più esperti anzi. Ciò che emerge è esattamente il contrario. Sono certamente più veloci hanno maggiore dimestichezza con tastiere e mouse, le loro mani sono più agili, i loro occhi sono più abituati ai colori dell'elettronica, ma ciò non significa nulla. In particolare non hanno nessun senso critico, non si rendono spesso conto cosa stanno facendo, non conoscono i principi di funzionamento di ciò che stanno usando con (apparente) naturalezza: al riguardo è molto interessante una riflessione fatta da un gruppo di psicologi che hanno scritto il libro *L'immaginario prigioniero*: attenzione, dicono, se noi sottraiamo – nell'educazione dei nostri figli – il processo di scoperta e di “creazione” del mondo fisico, degli oggetti, delle persone nella loro corporeità, ... facciamo loro un grande danno. La conoscenza intima e diretta della realtà fisica è fondamentale, non possiamo farla in maniera virtuale, da casa e a “distanza di click” perché, poi la virtualità oltre ad essere una realtà smaterializzata, conduce a perdere di concretezza, provare emozioni mediate, non sentire gli odori, non toccare,

Il paradosso dell'**e-learning**; in realtà non si dovrebbe parlare di *e-learning* bensì, più propriamente di *e-teaching*. Nel settore dell'apprendimento mediato dal digitale si stanno buttando nelle ortiche moltissime risorse. La domanda che i progettisti di questi sistemi dovrebbero farsi è la seguente: quando l'utente è davanti al computer e sta seguendo un percorso di *e-learning*, come impara davvero? Impara a memoria quello che sta vedendo sullo schermo? Prende appunti su un block notes che tiene sul tavolo, a fianco del suo PC? Oppure si ipotizza che il suo apprendimento “rimanga” nel sito dove in quel momento sta vedendo i contenuti e lui vi possa tornare come e quando vuole – anche fra 10 anni – per riprendere e riutilizzare quella conoscenza...?

Se ci pensiamo bene, quando la cultura era orale, l'apprendere era completamente mnemonico, e quindi lo sforzo era tutto mentale; con l'arrivo del libro si è naturalmente ridotto lo sforzo mnemonico perché il supporto utilizzato – il libro –, era sempre disponibile per la consultazione e veniva anche personalizzato dal discente (per esempio con le sottolineature o le note a piè o nei bordi della pagina). Poi è arrivato il digitale: ci saremmo aspettati che con questa nuova tecnologia lo sforzo umano di memorizzazione (molto costoso dal punto di vista dell'energia impiegata e dell'attenzione necessaria) si sarebbe ancora più ridotto ... Invece, nei fatti, è aumentato. Il digitale viene oggi impiegato nei processi di apprendimento unicamente come strumento di produzione di contenuti e non aiuta in nessun modo a organizzare i contenuti e la memoria di colui che deve apprendere. Anzi sempre più frequentemente si rendono disponibili contenuti che sono ancora più difficili da memorizzare o rielaborare ... Se per esempio guardo il filmato della lezione di un premio Nobel o un TED talk, quanto più l'intervento è straordinario e affascinante, tanto più difficile è ricordarne i contenuti e riutilizzarli in contesti differenti. Siamo sedotti dalla notorietà dell'oratore, dalle sue abilità espositive, dall'*elocutio* utilizzata ... ma possiamo ricordare (e soprattutto riutilizzare in modo creativo quando ascoltato) solo se “rompiamo” il flusso espositivo se decostruiamo l'intervento e ne estraiamo gli elementi informativi, i *learning object* ... E tutto ciò viene lasciato alle abilità del discente,

senza oltretutto nessuno metodo né strumento digitale a supporto. Abbiamo certamente passato una bellissima ora, ci siamo divertiti, ci siamo anche appassionati ma – al massimo – siamo rimasti suggestionati; non abbiamo dunque appreso veramente, a meno che non impieghiamo – dopo – molte energie tradizionali” a selezionare, elaborare, estrarre, rielaborare, associare, arricchire, ricontestualizzare, ... quanto ascoltato.

Il costo energetico del digitale: nel 2013 è uscito un rapporto – unico del suo genere – che ha misurato il consumo energetico dei *data center* – solo dei *data center*: nel 2012 è stato di 300 miliardi di watt, equivalente a 30 centrali nucleari: è un costo energetico mostruoso; Google, da solo, consuma un terzo della produzione di una moderna centrale nucleare. Oltretutto se pensiamo che un a parte rilevante della posta elettronica che gira nel mondo è spam, è “posta-porcheria” ... chi la paga questa bolletta energetica ? Il virtuale consuma dunque energia, moltissima energia; in questo senso è poco virtuale. E questo trend peggiorerà perché nonostante gli sforzi di contenimento ed “efficientamento” lanciati dai grandi operatori del digitale, tutti gli indicatori dell’economia digitale sono in crescita vorticoso: utenti, *device* per utente, sensori negli oggetti (*Internet of Things*), big data, messaggi di posta elettronica, velocità di navigazione, potenza di elaborazione, ...

L’inquinamento legato al digitale: ci siamo mai chiesti dove vanno a finire i vecchi oggetti digitali ? I dischetti da 8, 5 e 3 pollici ? I vecchi Atari o Nintendo ? Le tastiere obsolete o gli schermi antidiluviani ? Ma anche i telefonini che i nostri figli (o noi stessi) usavano l’anno scorso ? La cosa certamente sembrerebbe non riguardarci; comunque qualcuno lo ha scoperto: vanno in Africa. In una mostra fotografica del 2011 al MAXXI di un giovane fotografo sudafricano (Pieter Hugo, *Permanent Error*) si vede la più grande discarica al mondo di oggetti digitali. È un luogo apocalittico, uno scenario infernale, in Ghana: ettari ed ettari di tecnologia obsoleta accumulata in pile, fumi dovuti al fatto che vengono bruciati i fili per estrarre il rame. Ma il tasso di innovazione continua in maniera incontrollata ...

Questa lista di lati oscuri potrebbe continuare – distruzione sistematica dei posti di lavoro grazie a fabbriche automatizzate, robot, piattaforme, droni, ..., autonomizzazione delle macchine dai loro progettisti, rafforzamento “sbilanciato” dell’uso del digitale da parte di criminalità e terrorismo, guerra digitale e *digitally enabled* (ad es. manomissioni delle centrali nucleari ...), esplosione dell’uso del gioco d’azzardo, violazioni sistematiche della privacy, ... – ma penso che sia più opportuno concentrarsi sulle possibili soluzioni da adottare per contrastare – o per lo meno per tenere a bada – questi effetti collaterali.

È però d’uopo un’ultima considerazione prima di passare alle proposte. La compresenza di straordinarie potenzialità e temibilissimi lati oscuri mette in luce un’intrigante analogia fra il digitale e un concetto descritto da Freud nel 1919: il **perturbante**. In *Il digitale riletto con la lente di Freud: il perturbante del XXI secolo* ho approfondito questa analogia ed evidenziato alcune delle implicazioni che essa comporta.

Che fare ?

Tre comportamenti possono contrastare l’inevitabile emergenza di queste dimensioni problematiche limitando al minimo i loro effetti sulla nostra vita – sia personale che professionale: la pratica (padroneggiare i principali strumenti digitali), il discernimento (saper separare l’erba buona dalla zizzania evitando di far di tuttata l’erba un fascio) e quella che potremmo chiamare “intimità affettiva” (essere a nostro agio negli ambienti digitali e saper cogliere le valenze simboliche del digitale, che si manifestano oltre le specifiche prestazioni e funzionalità). Questi comportamenti si esplicano – in concreto – con tre specifiche azioni:

1. Dedicare tempo al digitale, sperimentando piattaforme, navigando frequentemente sulla Rete per acquisire dimistichezza con gli strumenti e una certa di intimità” con l’ecosistema digitale e le dinamiche della navigazione in Rete...
2. Affinare il nostro senso critico (o meglio il nostro “*crap detector*”) nei confronti delle promesse del digitale, leggendo molto non tanto notizie e manuali, ma riflessioni multidisciplinari.
3. Monitorare periodicamente il nostro utilizzo (o l’uso che ne fanno i nostri collaboratori) per evitare che ci “scappi di mano” confondendo gli automatismi con le buone pratiche.

Il terzo punto è particolarmente critico e troppo poco analizzato. Prendiamo ad esempio il caso della posta elettronica. Da sistema rivoluzionario di comunicazione e strumento di miglioramento della produttività si è trasformato – in moltissimi casi – in vero e proprio incubo. Non è infrequente trovare persone che ricevono anche 300 mail al giorno e alcune aziende hanno calcolato che molti manager dedicano alla gestione della loro casella di mail quasi un giorno alla settimana. È chiaramente un processo “scappato di mano”. Ma non è che si sia “guastato” il sistema di posta elettronica; è il processo risultante dalla interazione fra tecnologia e comportamenti umani che è diventato critico. Con poche mail scambiate il tema non era apparente; ma una volta superata una certa soglia, il sistema si è “ammalato”. Le cause sono sostanzialmente tre:

- Volumi eccessivi (pensiamo al numero di messaggi di email o all’esplosione delle informazioni da elaborare) senza conseguenti azioni di contenimento né la ricerca di applicazioni più “robuste”.
- Uso improprio e stabilizzato di comportamenti da neofita, imparati e assimilati appena ci si è avvicinati allo strumento (che spesso presenta funzioni molto sofisticate che richiedono però diverse fasi di addestramento).
- Abuso consapevole dello strumento, per fini personali o volutamente lesivi per l’azienda.

Per questo vanno monitorati i processi di utilizzo del digitale. Ma soprattutto dobbiamo rafforzare la nostra cultura umanistica, unico antidoto capace di contrastare le dimensioni problematiche e in grado sia di cogliere le dimensioni simboliche e le valenze etiche del digitale e sia – soprattutto – di evitare che lo strumento si trasformi in fine (di cui l’utente diventa strumento). L’obiettivo non è alfabetizzarsi o addestrarsi agli strumenti digitali ma creare un vero e proprio “*Digital State of Mind*” che consenta di leggere ogni fenomeno con la lente del digitale senza cadere nei suoi trabocchetti né nelle sue utopie totalizzanti.

Il fine ultimo di una sana cultura digitale non è avere la mano lesta sulla tastiera o saper citare a memoria sigle e nomi di prodotti ma comprendere – insieme alle potenzialità e problematicità del digitale – anche le sue ricadute, gli effetti collaterali, le precondizioni di utilizzo, ... La questione è più culturale che tecnologica. Si parla di analfabetismo digitale ma il problema vero è quello letterario di cui il digitale è solo un piccolo aspetto. McKinsey – in un recente rapporto (*Offline and falling behind: Barriers to Internet adoption*) – osserva che sono due le barriere che frenano la diffusione del digitale: «a lack of digital literacy (that is, unfamiliarity with or discomfort in using digital technologies to access and use information) and a **lack of language literacy** (that is, the inability to read and write).»