

Chiedi pure a Google... ma poi cerca di ricordartelo

I motori di ricerca creano dipendenza: è vero che sono comodi e immediati, ma l'effetto collaterale è la perdita della capacità del cervello umano di ritenere le informazioni

di *Andrea Granelli*

I motori di ricerca – e in particolare Google – sono ormai entrati nella nostra vita: li usiamo con naturalezza e non possiamo farne più a meno. Certamente hanno creato una piccola rivoluzione e ci consentono di fare cose prima inconcepibili e effettivamente ci hanno aperto al mondo delle informazioni della Rete.

Avere una gigantesca biblioteca a portata di click per trovare rapidamente qual-

siasi informazione rilevante è certamente un fatto molto positivo. Inoltre molti di noi hanno compreso il significato operativo di *serendipity* proprio grazie ai motori di ricerca: cercare qualche cosa e trovare qualcosa di diverso ma sempre pertinente è un'esperienza potente e talvolta molto utile che molte persone hanno scoperto sostanzialmente grazie ai motori di ricerca. Per i curiosi questa espressione – che indica il ritrovamento di qualcosa di prezioso mentre non lo si stava cercando, anzi mentre si era occupati in altro – viene dall'antico nome dell'isola di Ceylon (Serendip) dove è ambientata la fiaba di Horace Walpole (1717-1797) in cui i protagonisti scoprono continuamente cose che non sta-

vano cercando. Uno degli esempi più noti di *serendipity* è la "scoperta" dell'America, dovuta alla ricerca delle Indie.

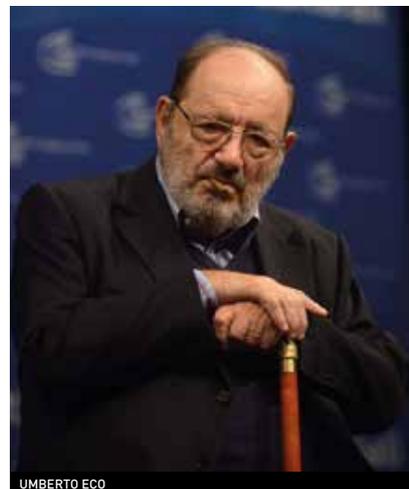
L'esistenza dei motori di ricerca ci ha in qualche modo aperto al mondo della conoscenza oltre la nostra conoscenza ma possiede anche delle dimensioni problematiche che vanno conosciute per evitare

di cadere nei suoi tranelli.

Due in particolare sono sottili e subdole e vanno padroneggiate. La prima è il meccanismo che

sceglie i risultati. È importante sapere che il motore di ricerca non ci restituisce necessariamente le ricerche più pertinenti per il nostro tipo di domande ma tende a restituirci informazioni che sono considerate le più interessanti per tutti.

La seconda dimensione problematica è il cosiddetto "Google effect". Talvolta chiamato amnesia digitale, indica la tendenza a dimenticare le informazioni a non memorizzarle perché sappiamo che le possiamo comunque trovare facilmente sulla rete. Il fatto di sapere che in qualsiasi momento posso consultare un motore di ricerca e ottenere la risposta spinge le persone a non memorizzare queste informazioni nel-



UMBERTO ECO

la loro testa. Il problema sta nel fatto che per creare o capire cose nuove dobbiamo poter "connettere i punti" e cioè dobbiamo avere a disposizione informazioni per poterle collegare fra di loro e generare nuove intuizioni. Questo processo richiede, dunque, che i "punti" stiano nella nostra testa per essere collegati. L'utilizzo del motore di ricerca va molto bene se io devo rispondere a domande puntuali (come se fossi al programma "Rischiattutto") ma non quando devo capire fenomeni o avere nuovi *insight* per creare una visione molto più ampia.

Lo dice molto bene Umberto Eco in una Bustina di Minerva (l'Espresso, 3 gennaio 2014): "Caro nipotino mio, ti volevo parlare di una malattia che ha colpito la tua generazione e persino quella dei ragazzi più grandi di te, che magari vanno già all'università: la perdita della memoria. È vero che se ti viene il desiderio di sapere chi fosse Carlo Magno o dove stia Kuala Lumpur non hai che da premere qualche tasto e Internet te lo dice subito. Fallo quando serve, ma dopo che lo hai fatto cerca di ricordare quanto ti è stato detto per non essere obbligato a cercarlo una seconda volta... La memoria è un muscolo come quelli delle gambe, se non lo eserciti si avvizzisce".