

Aiuto, arriva l'io digitale

FRANCESCO MANNONI

L mondo dell'informazione digitale è in piena evoluzione e sta registrando sorprendenti primati. Qualche esempio: Internet cresce di 1 Terabyte/giorno, equivalente a 50mila videoclip, 250 milioni di articoli da periodico o 500 milioni di "blog entries". Internet Archive ha collezionato più di 500 milioni di pagine sull'attacco terroristico dell'11 settembre. Le informazioni su scienza e tecnologia raddoppiano ogni 5 anni. Secondo il progetto *My Life Bits* della Microsoft, in un Terabyte ci stanno tutte le informazioni che una persona usa nella sua vita. In questo spazio ci possono stare per esempio tutti i suoni (musiche, voci, rumori) che una persona sente durante la sua esistenza. Tutto quanto una persona legge nel corso di una vita sta tranquillamente in qualche Gigabyte di memoria. 100mila fotografie opportunamente codificate occupano circa 10 Gigabyte. 250mila fax stanno in un Gigabyte. Qualche centinaio di Cd di musica non occupa più di 20 Gigabyte con la compressione Mp3. Inquietante?

In *Il sé digitale. Identità, memoria, relazioni nell'era della rete* (Edizioni Guerini e Associati, pagine 224, euro 19,50), Andrea Granelli, fondatore della società di consulenza Kanso e responsabile del settore comunicazione e cultura dell'innovazione della Fondazione Cotec (che con Francesca Tracò ha curato anche *Innovazione e cultura - "Il Sole 24 Ore"*, pagine 276, euro 27 - su come le tecnologie digitali potenzieranno la rendita del patrimonio culturale), ci pone di fronte ad una sorta di meraviglia continuata e ci orienta nello strabiliante viaggio all'interno del villaggio digitale. Lo abbiamo intervistato.

Granelli, qual è l'obiettivo di "Il sé digitale"?

L' ambizioso obiettivo di questo libro è sensibilizzare il lettore sulle mutazioni che la tecnologia digitale ha oramai avviato nel nostro modo di essere, apprendere e relazionarci. È oramai ampiamente dimostrata la complessa interazione delle tecnologie con la psiche e le capacità intellettuali dell'uomo, come pure la presenza sempre più pervasiva di queste tecnologie nella vita di tutti i giorni. Il punto è arrivare ad un uso "corretto" delle nuove tecnologie digitali. L'aumento delle informazioni da una parte e la diffusione del computer e degli strumenti digitali di comunicazione dall'altra, stanno infatti modificando strutturalmente l'uomo, sia potenziandolo e aprendo nuove possibilità per conoscere, divertirsi e "raccontarsi" e sia creando nuove paure e disagi. Il libro prova inoltre a suggerire alcune modalità - sperimentate sul campo - su come usare tali tecnologie, raccontando nello specifico una mia esperienza personale (il mio sé digitale).

È un fatto positivo che il numero delle informazioni sia aumentato in modo vertiginoso?

La crescita delle

informazioni e oramai impressionante e sta cambiando gli orizzonti di senso in cui ci muoviamo. Mentre la *librairie particulière* del re di Francia Carlo V nel 1368 conteneva 917 volumi (tutto lo scibile umano dell'uomo tardo medioevale), la biblioteca nazionale francese inaugurata da Chirac nel 1997 ha 400 km di scaffali che contengono 10 milioni di volumi, 350mila periodici,

76mila microfilm. Questa esplosione informativa non crea solo opportunità, ma sta anche generando nuove patologie nell'apprendimento. Non si tratta solo di volumi eccessivi, ma di qualità sempre più scarsa. Si dovrebbe parlare di Società del rumore, più che di Società dell'informazione. Poiché le tecnologie digitali tendono automaticamente a conservare ciò che creano e diffondono, stanno aumentando le informazioni non più utili, i cosiddetti "rifiuti semiotici", messaggi, testi e codici degradati che continuano a girare nel sistema.

L'uomo riesce ad assimilare questo immane cumulo di notizie?

Dipende. Il punto è rimettere al centro l'uomo e (ri) trasformare la tecnologia da fine a mezzo. Le tecnologie possono produrre informazioni, ma anche filtrarle. Possono frammentare le informazioni, ma anche raggrupparle in unità di senso. Devono però ritornare ad essere strumenti e soprattutto devono presupporre una conoscenza profonda dell'uomo, dei suoi meccanismi cognitivi, ma anche dei suoi desideri, delle sue paure. È proprio partendo da queste considerazioni che ho deciso, qualche mese fa, di creare una società di consulenza - Kanso (che in giapponese vuol dire semplicità, essenzialità) - che aiuta aziende e istituzioni a utilizzare la tecnologia con consapevolezza, non limitandosi a considerare solo le prestazioni possibili, ma anche le potenziali barriere all'utilizzo, i possibili "effetti collaterali". Centrare la tecnologia sull'uomo vuol dire per esempio concentrarsi maggiormente su come l'uomo assorbe nel concreto la conoscenza mediata dal computer rispetto a come creare contenuti digitali sempre più sofisticati; oppure come creare emozioni usando tecnologie "fredde" come

quelle digitali. Il lato "oscuro" della tecnologia non va rimosso. Deve essere compreso e gestito. Per fare ciò bisogna unire alle conoscenze della tecnologia i saperi provenienti dalle scienze umane: psicoanalisi, scienze cognitive, antropologia culturale, semioti- ca...

Esiste quindi un "lato oscuro" anche delle tecnologie digitali, e non solo dell'energia nucleare, della chimica?

L'evoluzione tumultuosa delle tecnologie digitali (e non solo di quelle) rischia di trasformarsi per l'uomo da opportunità in problema. L'uomo rischia di diventare antropologicamente inadeguato (o antiquato, per usare l'efficace espressione di Günther Anders) rispetto agli oggetti, ai metodi e alle strutture autonomizzate della sua produzione tecnica e questa inadeguatezza genera ciò che Anders chiama «dislivello prometeico»: quel gap fra la nostra capa-

cità di produrre nuovi strumenti e la nostra capacità di utilizzare con efficacia e immaginazione questi strumenti. Questa "sfasatura" tra l'uomo e il mondo dei suoi prodotti si fa ogni giorno più grande.

Si parla di tracce digitali incancellabili: che significa?

Le tracce digitali che lasciamo nel nostro vagare sulla Rete sono un aspetto potenzialmente critico. In un recente articolo di "Business Week" *You are What You Post*, ci segnala che il nostro sé digitale - chiamato lì con un termine (*digital doppelgänger*) che fa l'occhiolino alla psicoanalisi - lascia tracce (che spesso diventano vero e proprio "sporco digitale") impossibili da eliminare: rimangono infatti a lungo nei motori di ricerca, tanto è vero

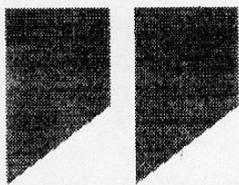
che sta nascendo l'abitudine da parte delle aziende di utilizzare tali strumenti per controllare il comportamento dei propri dipendenti

anche fuori dal lavoro. La reputazione digitale è quindi diventata *open-source*.

Come essere spiati continuamente?

In un certo modo sì. David Lyon, in un suo recente libro ha parlato addirittura di «società della sorveglianza», una società cioè la cui caratteristica costituti-

va è proprio la diffusione e automazione dei sistemi di sorveglianza. Ma questa visione è eccessiva; con l'invasione del digitale non aumentano solo timori e rischi, ma anche (e forse soprattutto) le opportunità. Queste possibilità tecnologiche, per essere usate al meglio, devono però essere comprese nelle loro intime potenzialità, nei loro limiti e soprattutto nel loro divenire storico. Solo una conoscenza profonda delle nuove tecnologie e delle loro effettive capacità abilitanti, unita a una comprensione delle reazioni psicologiche e culturali dell'uomo a tali tecnologie e in generale al "nuovo", può essere il terreno stabile da cui partire per un percorso potenziante e non alienante. Per assicurare che questo potenziale abilitante migliori la nostra vita e non ci trasformi in schiavi delle macchine, bisogna puntare alla progettazione e diffusione di applicazioni digitali centrate su un modello antropologico che tenga conto anche delle modifiche apportate dalla tecnologia a noi stessi.



L'accumulo di notizie prodotto dalle tecnologie dell'informazione è oggi impressionante. Sta cambiando la coscienza dell'uomo?

In uno studio di Andrea Granelli sono descritte le grandi opportunità di conoscenza. Ma anche le nuove paure

