

IL PUNTO

Facebook determina dipendenza Lo dice l'università di Harvard

DI SERGIO LUCIANO

Di questo passo andrà a finire che sulla homepage di Facebook appariranno avvertenze simili a quelle dei pacchetti di sigarette: «Nuoce gravemente alla salute»; oppure: «L'uso dei social genera dittature o anarchie». No, è chiaramente un'iperbole. Però mai come in questi ultimi tempi il social network per antonomasia è stato sotto i riflettori delle accuse.

Un report pubblicato dalla Harvard business review, autorevolissimo organo di una delle prime università del mondo, lo inchioda alle sue responsabilità psico-lesive: è nocivo. Sostanzialmente perché può creare dipendenza. E il report enumera anche le modalità in cui si estrinseca questa nocività e le ragioni che la ingenerano. In sostanza, la pericolosità di Facebook e, in subordine, degli altri social media è che, più lo usi, più vorresti usarlo, e hai anzi la sensazione che più lo usi più ti diverti o, a seconda, più ti è utile.

Non è vero, ma ti sembra di sì. Ecco da dove nasce la perniciosa dipendenza denunciata da Harvard. Lo studio, per quanto rigoroso e approfondito, omette per la verità un dettaglio ovvio: che cioè questa nocività è legata, appunto, non

La nocività del mezzo è legata all'abuso

all'uso ma all'abuso di Facebook. E che tutto è nocivo quando se ne abusa: anche un bicchiere d'acqua fresca, se se ne bevono 50 di fila uno dopo l'altro fino a scoppiare! Ma se l'utente di Facebook ha un briciolo di autocontrollo, resiste eccome alla deriva dell'abuso e quindi non sviluppa alcuna dipendenza!

Altro è il fronte della pericolosità politica, cioè il rischio, per la prima volta riconosciuto dallo stesso gruppo di Palo Alto, che attraverso l'uso diabolicamente delle fake-news, cioè delle notizie false o forzate o drogate, eventuali malintenzio-

nati possano manipolare l'opinione pubblica e indirizzarla capziosamente verso quella tesi o contro quell'altra. Facebook l'ha ammesso e ha addirittura assunto una giornalista di chiara fama (Aine Kerr, oggi manager global journalism partnerships di Facebook) per contrastare il fenomeno. Il social ha stilato un decalogo contro le fake-news e ha promesso una campagna di assunzioni di vigilantes contro il fenomeno.

Senza rendersi conto, beata ingenuità yankee, che in questo modo, non pago di aver aperto non un varco ma un enorme portone agli imbrogliatori, sta anche progettando un suo «Ministero della verità», insomma un ufficio-censura coi fiocchi. Ad uso e consumo del prossimo autocandidato alla Casa Bianca, lo stesso padrone di Facebook Mark Zuckerberg. Perciò non c'è da fidarsi. La verità è che Facebook ha bisogno delle notizie estreme, fake o vere che siano: perché generano traffico. E s'è mai visto qualcuno segare il ramo su cui è seduto?

