

Qui mi limito a riportare due soli brani dal libro di
Charles Seife
LE MENZOGNE DEL WEB
(Bollati Boringhieri 2015)

Le società di social media non sono le sole a metterci in gabbia e a esibirci come fossimo animali in un giardino zoologico. Google guadagna monitorando il più possibile il vostro comportamento online e usando quei dati per sottoporvi degli annunci pubblicitari in modo più efficace. LinkedIn guadagna raccogliendo informazioni su di voi e la vostra rete di contatti e vendendoli a talent scout e società di marketing. Di per sé, non è un male; se pensate di guadagnare da queste società più di quanto perdetevi in privacy, allora sono tutti contenti. Ma perlomeno dovrete essere consapevoli di cosa cedete in cambio di quei servizi “gratuiti”.

(e più avanti)

La tecnologia digitale ha permesso ai venditori di combinare assieme due tecniche di modificazione del comportamento, entrambe molto efficaci, e di usarle per esercitare un sottile controllo su ciò che fate. Anche se non cliccate centinaia di mucche in *Farm Ville* o riferite la vostra posizione a Four-square ogni mezz'ora, il vostro comportamento può essere stato alterato in modi lievemente autodistruttivi. Possedete un badge che avete ricevuto in quanto preziosi contributori di un forum online? Avete mai giocato a un videogame un po' più a lungo solo per sbloccare quell'ultimo obiettivo? Mai sentiti obbligati a fotografare la vostra cena in un bel ristorante così da poter caricare l'immagine su un sito? Congratulazioni. Il vostro cervello è stato riprogrammato.