

## **Si può resistere alla persuasione digitale? Siamo consapevoli che le scelte che facciamo non sono libere come crediamo?**

*Questo il tema del primo appuntamento dei Mercoledì dell'Accademia, organizzati dall'Accademia delle Scienze, incontro aperto al pubblico*

*Mercoledì 17 gennaio ore 17 – Sala Mappamondi via  
Accademia delle Scienze 6.*

Gabriella Taddeo, docente di Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso l'Università di Torino, si interessa da sempre delle interazioni tra tecnologia e pratiche sociali nei contesti formali e informali, convinta che la conoscenza da parte degli utenti delle dinamiche di persuasione e, a volte anche di manipolazione, che vengono messe in pratica sia dai social media sia dai portali di vendita online, permetterebbe il miglioramento della qualità della nostra vita online.

Il tema è purtroppo quanto mai attuale ed è sempre più evidente come non si possa più distinguere la vita digitale da quella reale, ma forse l'errore originario è stato pensare che i due ambiti potessero rimanere separati e delimitati.

L'incontro metterà in evidenza come si parli spesso delle conseguenze che i social hanno sulle nostre vite, ma non dei meccanismi che innescano abitudini e aspirazione a modelli di vita digitale e come questi si ripercuotano sulla vita reale. Ciascun individuo pensa di essere originale nelle scelte che fa ma, di fatto, è solo illusione perché i nostri comportamenti sono indirizzati da dinamiche sociologiche marcatamente presenti in rete a cui nessuno si può sottrarre.

Secondo la professoressa se da una parte possiamo sapere come avviene e dall'altro potremmo imparare a gestire questo meccanismo che si autoalimenta, è l'utente che con i suoi comportamenti lo definisce, perché l'algoritmo intercetta le nostre reazioni e le favorisce, le rilancia, facendole diventando così virali e popolari solo perché hanno suscitato delle reazioni. FB, per esempio, fa avanzare quei contenuti che producono tanti emoji arrabbiati perché si tratta di utenti indignati, ma se sono indignati significa che hanno avuto una reazione e allora l'algoritmo del social li spinge di più. Si tratta di approcci psicologici che muovono le azioni nella nostra vita. Ma attenzione, per i social non si tratta di attribuire una connotazione etica al contenuto ma solo di ottimizzare la performance di quel post: siamo noi ad attribuire valore morale ad un contenuto piuttosto che ad un altro.

L'obiettivo dell'incontro è l'acquisizione della consapevolezza, da parte di chi utilizza strumenti digitali, che con piccole accortezze si può non essere passivi nei confronti di social e web anche con la creazione di contenuti che boicottino gli schemi di persuasione messi in pratica dai nuovi strumenti di condivisione dei contenuti in rete.

Ufficio stampa Cinzia Sigot – 335 8455070 – [sigot.cinzia@gmail.com](mailto:sigot.cinzia@gmail.com)