



Il ristorante di successo che $\hat{\in}$ non esiste: $\hat{\in}^{\text{TM}}$ incubo delle fake news

Descrizione

Aeroporto Charles de Gaulle a Parigi

Lunghe code, gate affollati, la classica frenesia collettiva tipica di una vigilia di vacanze di massa. Tra $\hat{\in}^{\text{TM}}$ altro, le prime dopo $\hat{\in}^{\text{TM}}$ incubo pandemico. Mi aggiro tra i negozi, apparentemente duty free, in attesa del volo. Mi colpisce un distributore automatico, a forma di cilindro. Se premi uno dei tre bottoni in vista, puoi scegliere tre tipi di prodotto (da 1, 3 o 5 minuti).

Quale prodotto?

Un foglio di carta scritto $\hat{\in}^{\text{TM}}$ 1 o meno lungo a seconda della scelta fatta dall' $\hat{\in}^{\text{TM}}$ utente, che contiene un racconto o una poesia. Su questa specie di $\hat{\in}$ contrino $\hat{\in}$ ti viene offerta la possibilit $\hat{\in}$ di una lettura diversa e $\hat{\in}$ antica $\hat{\in}$. Il ritorno alla classica lettura di testi scritti su carta. Il progetto, denominato **Analog Renaissance** si pone come obiettivo proprio il farci sospendere per alcuni minuti (quelli prescelti, schiacciando uno dei tre bottoni) la lettura dello smartphone, $\hat{\in}^{\text{TM}}$ oggetto ormai diventato la protesi irrinunciabile delle nostre mani. Queste macchinette distributrici di racconti e poesie, stampate su rotoli di carta da leggere in uno spazio di tempo molto limitato, stanno riscuotendo un enorme successo. Ad esempio, in Francia, dove questi distributori automatici di storie brevi sono gi $\hat{\in}$ stati installati in $\hat{\in}^{\text{TM}}$ 1 di 200 luoghi pubblici, compreso $\hat{\in}^{\text{TM}}$ aeroporto parigino.

Anche in America il fenomeno sta esplodendo

Questa lunga ma suggestiva premessa mi permette di raccontarvi un esempio realmente accaduto che testimonia la forza di impatto delle fake news sulle nostre decisioni, $\hat{\in}^{\text{TM}}$ 1 o meno importanti, che prendiamo in ogni minuto della nostra giornata. Del rischio clamoroso e devastante di essere diventati degli schiavi delle fake news, a causa della nostra ormai ossessiva presenza nel mondo del web attraverso la continua e forsennata gestione dello smartphone. Leggete bene questa storia tratta da un libro $\hat{\in}$ Connessi e confusi $\hat{\in}$ (Guerini Editore), scritto da un professore della Bocconi **Danilo Broggi**.

Come ci racconta Broggi questa non Ã una bufala, ma un importante segnale che ci dovrebbe far riflettere sulla nostra ormai consolidata assuefazione e subordinazione rispetto alle presunte veritÃ che girano nella Rete. Il titolo dellâ€™episodio riportato da Broggi Ã â€œIl capanno di Dulwichâ€ (The Shed of Dulwich). Racconta come questo ristorante londinese sia diventato il numero 1 nella classifica di Tripadvisor.

Sorry, but we are full...

Lâ€™abilitÃ del promotore Ã stata quella di scatenare nel pubblico la voglia di provare questo ristorante. Moltissimi hanno cercato di prenotare un tavolo, senza mai riuscirci, perchÃ la risposta era sempre la stessa â€œSorry, but we are fullâ€ (scusate, ma siamo pieni). Lâ€™ideatore di questo test sulla contaminazione delle notizie che circolano nel web sulle nostre scelte di acquisto, Ã uno scrittore professionale. Si chiama [Oobah Butler](#). Si Ã inventato una straordinaria â€œbufalaâ€. Ha voluto dimostrare, attraverso questa sperimentazione, come il modesto capanno della sua casa nel nord di Londra potesse trasformarsi nel ristorante piÃ ricercato della capitale inglese. Il tutto gestendo, inventando e diffondendo â€œsoltantoâ€ post e like.

Uno scherzo che rivela tante veritÃ

Butler nel gennaio di questâ€™anno ha deciso di porre fine al test e ha pubblicato sul sito del ristorante un video che svelava lo scherzo. Ha registrato piÃ di 33 milioni di visualizzazioni! Al di IÃ di dimostrare quanto siamo tutti contaminati e spesso schiavi delle notizie che circolano nella Rete, Butler ha voluto sottolineare un altro aspetto di questa nostra nuova schiavitÃ psicologica di questo terzo millennio. Non siamo solo creduloni, ma anche contaminati nel giudizio di merito che esprimiamo sui prodotti o servizi apparentemente veri che ci vengono consigliati.

Il ristorante che non c'era

Butler infatti dopo aver fatto diventare il suo ristorante â€œvirtualeâ€ il piÃ importante e desiderato di Londra, una sera ha deciso di fare un esperimento in piÃ. Ha accettato alcune prenotazioni e ha preparato una cenetta con zuppe preconfezionate, alimenti comprati al supermercato e riscaldati nel forno a microonde. La stragrande maggioranza dei â€œpochi e fortunatiâ€ clienti che avevano potuto sperimentare â€œfinalmenteâ€, a casa loro, una cena de**Capanno di Dulwich**, ha poi postato valutazioni positive e dato voti altissimi allo chef Oobah Butler.



Le fake news che ci fanno credere a tutto

Come ci spiega Danilo Broggi nel suo libro citato, le fake news non solo ci fanno credere a certe verità in realtà fasulle (in questo caso l'esistenza di un ristorante inesistente!), ma addirittura in quel mondo di menzogne, ci fanno perdere ogni capacità distintiva tra il buono e il cattivo, anche, come nel caso della cena tra i pochi fortunati capitato a Butler cucinando dei cibi assolutamente banali e ordinari e venendo poi definito uno straordinario Magic Chef dai suoi utenti. È vero che le fake news ci sono sempre state nella storia dell'umanità fin dai tempi degli antichi greci, ma la delicatezza della tematica oggi è che il web, con i suoi social network, i blog e gli influencer ha moltiplicato in maniera esponenziale la contaminazione dell'informazione rispetto alla costruzione dei nostri convincimenti.

Informazioni fasulle in Rete trasformano il falso in vero

Oggi, l'esempio del Capanno di Dulwich ci dimostra che una ondata di informazioni fasulle lanciate nella Rete è in grado di trasformare il falso in una verità, con l'utenza, noi, che non solo abbocca, ma addirittura si fa suggestionare nei suoi giudizi post prova prodotto scrivendo post entusiasti del servizio ricevuto.

Stiamo vivendo, in Italia, la nostra prima campagna elettorale estiva: mi piacerebbe che questo esempio del talentuoso Butler, ci servisse per crearci dei filtri psicologici adeguati al bombardamento di fake news che ci piomberà addosso nei prossimi giorni per condizionare le nostre scelte di voto. Recenti studi citati nel libro di Broggi si sono occupati dell'impatto del fenomeno delle fake news sulle scelte degli elettori americani, ad esempio, nelle loro elezioni presidenziali. Il [National Bureau Economic Research](#) sottolinea l'importanza di istituire dei veri e propri certificatori della verità sui contenuti di certe notizie, chiedendosi peraltro anche, nel contempo, se sia possibile immaginare di avere una specie di arbitro della verità.

Spegniamo lo smartphone almeno 15 minuti ogni ora

Un documento prodotto dalla **Yale University** dimostra come la possibilità di flaggare da parte degli utenti, abbia avuto un qualche effetto positivo ma ancora lontano da rendere innocua una fake news sapientemente e professionalmente strutturata. Gli psicologi dell'università di Rochester hanno scoperto e pubblicato nel loro ultimo report, [Personality and Social Psychology Bulletin](#), che le persone sole, senza smartphone per almeno 15 minuti nell'arco di un'ora, hanno incominciato a scegliere dove rivolgere i loro pensieri senza la tamburellante contaminazione dei social network.

Lasciamo libero il cervello

Il campione degli intervistati ha detto di sentirsi più calmo, meno arrabbiato o ansioso, con una riduzione dei sentimenti di solitudine o di tristezza. In conclusione, ritornando alle macchinette con gli scontrini di racconti o di poesie scritte sulla carta, forse dovremmo davvero fermarci e riflettere. Leggere di più i vecchi libri cartacei e spegnere 15 minuti ogni ora il nostro smartphone potrebbe davvero rappresentare il miglior farmaco contro la schiavitù da fake news. Un rimedio dunque antico

che dovrebbe aiutare il nostro cervello a riacquistare la sua centralità di pensiero per le nostre decisioni di vita.

Riccardo Rossotto

CATEGORY

1. blog

POST TAG

1. blog
2. Il capanno di Dulwich
3. Oobah Butler

Categoria

1. blog

Tag

1. blog
2. Il capanno di Dulwich
3. Oobah Butler

Data di creazione

05/08/2022

Autore

riccardo-rossotto

default watermark