

Gloria Origgi: «Oggi la Rete è parte integrante dell'ego»

La filosofa presenta domani al Revoltella il libro "La reputazione: dice cosa di chi" Sui pericoli del web: «Dobbiamo soppesare le azioni online come quelle reali»

di Giulia Basso

La reputazione, la traccia sociale che tutte le nostre azioni lasciano nella mente degli altri, è come un'onda gravitazionale: ha un riverbero che va molto lontano, che passa attraverso le parole e le opinioni degli altri e si rifrange nel mondo attorno a noi. È un segnale che diamo, ma non possiamo controllare. Di cattiva reputazione, come dimostra il tragico caso di Tiziana Cantone, si può perfino morire, quando i segnali che inviamo hanno dei riverberi in cui non ci riconosciamo più e creano un'immagine che ci distrugge. Lo spiega la filosofa Gloria Origgi, docente all'Istituto Jean Nicod di Parigi ed esperta in epistemologia e scienze cognitive applicate alle nuove tecnologie. Origgi è autrice del libro "La reputazione: chi dice cosa di chi" e sarà a Trieste Next per presentarlo, in un incontro con la giornalista Raffaella Calandra, **domani alle 18 al Museo Revoltella**. La studiosa parlerà inoltre, insieme al filosofo Luca Illetterati e al giornalista Gabriele Beccaria, **domenica alle 11.30 al Teatro Miela** all'in-

DIALOGHI TRA SCIENZA E FILOSOFIA

Parlare, conoscere e riconoscersi

L'incontro con Gloria Origgi si inserisce nel più ampio contesto dei "Dialoghi tra Scienza e Filosofia", ciclo a cura del filosofo Luca Illetterati, che vedrà scienziati e filosofi di fama internazionale confrontarsi su tre questioni chiave: **Parlare - Conoscere - Riconoscersi**. **Primo appuntamento oggi con il filosofo del linguaggio Felice Cimatti (Università della Calabria), il docente di Estetica all'Università di Trieste Marcello Monaldi e il direttore**

del Centro Mente-Cervello dell'Università di Trento Giorgio Vallortigara. Gli incontri proseguiranno domani con i neuroscienziati Alessandro Treves (Sissa) e Maurizio Ferraris, docente di Filosofia teoretica all'Università di Torino per concludersi domenica con la nota filosofa italiana, ricercatrice all'Ecole Normale Supérieure di Parigi, che a Next presenterà anche il suo libro "La reputazione: chi dice cosa di chi" (edizioni Egea).

nome", oggi diventa più dinamica, tutta da gestire, e i suoi effetti sono molto più imprevedibili perché i modi di rifrangere la nostra immagine sono molteplici e quindi meno controllabili».

Come si è amplificato il concetto di reputazione con l'avvento del web e dei social?

«È diventata una dimensione integrante della nostra vita. Noi

siamo la nostra reputazione, perché non esiste un io vero e un io sociale, ma oscilliamo tra queste due dimensioni. E l'io sociale ha altrettante necessità di cura e benevolenza del nostro io fisico. Non si può scappare dalla propria reputazione, perché siamo strutturati dal nostro mondo sociale. La connotazione tecnico-sociale ha esacerbato l'esigenza di esistere e di mandare segnali: dobbiamo imparare a gestire questo nuovo ego sociale. E ciò vale per le persone, ma anche per le cose, i prodotti, le idee. Stiamo passando dall'era dell'informazione all'era della reputazione: per distinguere ciò che è vero e ciò che è falso nel marasma informativo del web dobbiamo affidarci alla "buona reputazione" dei siti».

Come evitare epiloghi tragici come quello di Tiziana Cantone?

«Per prima cosa dobbiamo considerare gli atti sul web come azioni fatte nel mondo reale: ogni nostra azione, anche virtuale, lascia una traccia. Le strategie della reputazione sono complesse perché non lineari: se mando un video sul web l'uso che ne fa-



Gloria Origgi, esperta in epistemologia e scienze cognitive

ranno altre persone sarà motivato dalle loro ragioni. Il ricevitore riceve quello che vuole, perciò bisogna avere uno sguardo su di noi che integri in modo consapevole e non paranoico lo sguardo dell'altro. La retorica della gestione della nostra immagine dovrebbe diventare materia di studio».

A volte il web viene usato anche per costruirsi un'altra identità, diversa da quella della vita reale...

«Esiste l'esigenza di costruirsi una doppia identità, è come l'utilizzo di pseudonimi da parte degli scrittori. Ma in realtà si è molto riconoscibili anche con le nostre maschere, che sono spes-

so una caricatura di noi stessi, in cui mettiamo tutte quelle aspirazioni che non possiamo esprimere nella vita quotidiana. Il web non ci fa scappare dalla nostra identità, ma integra nella nostra identità come gli altri ci vedono. Lunghi dall'essere una fuga il web, che ci rimanda un feedback continuo su noi stessi, può innescare invece un meccanismo di conformismo, di adeguamento a come ci vedono gli altri. Perché se gli altri ci riconoscono per una particolare caratteristica insistere su quella per essere riconosciuti: il bisogno profondo per l'uomo resta quello di essere riconosciuto».