

4 ottobre 2020 17:32

Come Netflix crea dipendenza

di [Redazione](#)

Il documentario The Social Dilemma, prodotto da Netflix, fa emergere il lato oscuro dei social media. Attraverso interviste a persone che sono state molto impegnate nella grande tecnologia, rivela come queste piattaforme utilizzano tecniche di progettazione per coinvolgere consapevolmente gli utenti. In questo compito non prestano attenzione alle cose migliori. Indirizzano il contenuto che ti appare verso ciò che ti piace, al punto da plasmare i tuoi interessi. In definitiva, questi meccanismi incoraggiano la manipolazione, contribuiscono alla viralizzazione delle notizie false e influenzano il comportamento delle persone.

Ma queste tecniche, che nel documentario definiscono "tecnologia persuasiva", non sono patrimonio esclusivo dei social network. Lo stesso Netflix utilizza questo tipo di meccanismo. Ci sono alcune differenze tra le aziende presenti su The Social Dilemma e la piattaforma video. Ma condividono tutti un obiettivo fondamentale: intrappolare l'utente e monopolizzare la sua attenzione.

L'arma principale che Netflix utilizza è la personalizzazione dei contenuti. L'utente vede solo il contenuto a cui la piattaforma è interessata in modo che continui su di essa. Elena Neira, professoressa di comunicazione presso l'Università Aperta della Catalogna (UOC) e autrice di "Streaming Wars: The new television", sottolinea che questo è un problema inerente il business digitale. Neira segue l'evoluzione di Netflix dal 2007, prima per interesse professionale - viene dal mondo della produzione audiovisiva - e poi per la ricerca accademica. "Per loro il successo di un contenuto non dipende dal fatto che sia buono o cattivo. Il successo sta nell'efficienza, che si misura nel numero di ore di visione che genera. Se è un programma che non si vede, tende ad essere cancellato". Questo è successo con alcune serie abbastanza diffuse, come Altered Carbon o Sense8.

Per aumentare le ore di visione, Netflix deve conoscere bene l'utente e il contenuto. Ecco perché hanno sviluppato un dettagliato sistema di catalogazione per serie e film. Neira afferma che la piattaforma assegna tag a tutti i contenuti. Ma non rimane nei generi classici, come il dramma o il thriller. Usa quelli più precisi come "film ambientati nella seconda guerra mondiale" o autentici microgeneri, come "commedie romantiche per dimenticare il tuo ex". La piattaforma ha definito più di 80.000 microgeneri, che vengono costantemente aggiornati.

Su questa base funziona l'algoritmo di raccomandazione dell'azienda. Questo motore prospera su un enorme volume di dati. "Netflix controlla tutto ciò che facciamo", afferma Neira. "Quando giochi, quando metti in pausa, quando torni indietro, se giochi a velocità normale, se lo fai a x2 o x4, a che ora del giorno consumi quali cose, dove hai trovato il contenuto, che tipo di contenuto vedi sul tuo cellulare, cosa vedi sul tablet, quali contenuti vedi quando ti muovi, cosa condividi con altre persone, a quali contenuti torni costantemente, quali sono i collegamenti in termini di galateo tra ciò che vedi".

Pillole di dopamina

Gli ultimi dati indicano che Netflix oggi ha 193 milioni di abbonati. In uno studio commissionato dalla società, è

stato stimato che il 61% degli utenti ha guardato regolarmente le serie (il cosiddetto binge watching). Il 73% delle persone ha avuto sentimenti positivi su queste abbuffate di serie.

In un articolo firmato da Elena Neira e dal suo collega della UOC, il professor Diego Redolar, si ipotizza che il cervello genera dopamina quando si abbuffa di serie. La generazione di questa sostanza legata al piacere è la chiave per mantenere gli utenti sulla piattaforma. Ma ha i suoi rischi.

Sergio García, psicologo clinico e specialista in dipendenze, afferma che da due anni ha notato un aumento delle richieste relative alle dipendenze da social network, piattaforme digitali e anche serie. Parla di pazienti tra i 15 e i 30 anni. Quasi tutti arrivano con più di una dipendenza: il policonsumo di servizi digitali.

"Tutto dipende dall'uso o dall'abuso. La domanda che gli psicologi si pongono per definire a che punto sei sulla scala, è come questo interferisce con la tua vita quotidiana", spiega García. "Se interviene a livello lavorativo, accademico, sociale, personale, sentimentale, perché si lasciano le cose da parte per questo tipo di consumo, è allora che si dice che c'è una dipendenza".

Il problema con Netflix e altre piattaforme video è che sono progettate per rendere più facile il consumo in abuso. La compagnia californiana riproduce automaticamente il prossimo episodio di una serie; prima era dopo 30 secondi, ora in 10 secondi. Inoltre riproduce automaticamente il trailer quando passi sopra il contenuto o, se passi ancora, lo fa con la serie che appare nell'interfaccia. Questo può essere evitato nelle impostazioni dell'account, ma funziona in questo modo per impostazione predefinita.

"Alcuni anni fa non potevi diventare dipendente dalle serie. Se ti piaceva una serie, era alla stessa ora, lo stesso giorno ogni settimana", dice García. "Ora l'utente ha il controllo e potrebbe esserci un tipo di consumo che oltre al piacere o alla conoscenza della storia è correlato ad alleviare gli effetti dell'ansia. È usato per scappare, ad esempio. E per come è attualmente impostato, Netflix ti consente quel tipo di consumo abusivo".

Lo psicologo ritiene che uno dei fattori chiave sia la disponibilità immediata, che influisce sui canali di dipendenza perché la ricompensa è istantanea. "Adesso hai la possibilità permanente di essere in contatto con ciò che genera dopamina. Prendo il cellulare e torno a vedere quella serie che ho lasciato a metà della notte scorsa".

Addio al libero arbitrio

Nella profonda personalizzazione dei contenuti e nell'utilizzo di tecniche per governare l'attenzione degli utenti, Netflix assomiglia ai social network. "Hai il libero arbitrio e puoi scegliere i contenuti se Netflix funziona così? Probabilmente no, spiega Neira." Se sei circondato da piattaforme che ti offrono ciò che ti piace, la formazione delle tue preferenze è impoverita. Ma sta a noi, come esseri umani, decidere fino a che punto lasciare che la tecnologia ti manipoli".

Sebbene piattaforme come Netflix non facciano parte del problema delle fake news né incoraggino la manipolazione, Neira approfondisce un'altra differenza: "I social network hanno una componente brutale, legata al modo in cui ti presenti al mondo, come percepisci gli altri e come pensi che gli altri ti percepiscano. C'è un impatto enorme a livello sociologico".

García concorda sull'importanza di questo aspetto della socialità, che The Social Dilemma sottolinea bene: l'esistenza dell'interattività diretta genera più dopamina. Ma ricorda che le serie possono anche creare dipendenza e consiglia la moderazione. "Siamo noi che dobbiamo controllare i consumi e non i consumi che devono controllare noi".

(articolo di Pablo G. Bejerano su El Pais del 04/10/2020)

CHI PAGA ADUC

l'associazione non **percepisce ed è contraria ai finanziamenti pubblici** (anche il 5 per mille)

[La sua forza economica sono iscrizioni e contributi donati da chi la ritiene utile](#)

DONA ORA (<http://www.aduc.it/info/sostienici.php>)