

# Gli smartphone sono un siero della verità digitale

Il dispositivo che utilizziamo per comunicare può influenzare il modo in cui riveliamo le nostre informazioni personali. Secondo uno studio della *University of Pennsylvania* gli smartphone alterano ciò che le persone sono disposte a rivelare di sé agli altri.

Secondo il team di ricerca le persone sono più disposte a rivelare informazioni personali online usando il proprio smartphone rispetto ai computer desktop, ovvero rivelare emozioni negative o argomentare su problemi personali e di vita privata.

Allo stesso modo, quando gli utenti ricevono un messaggio online che richiede loro informazioni personali (come il numero di telefono e il reddito), sono più propensi a fornire queste informazioni quando la richiesta arriva sul loro smartphone rispetto al computer desktop o pc portatile.

Ma perché gli smartphone hanno questo effetto sul comportamento? Il Prof. Melumad, che ha condotto la ricerca, spiega che *“Scrivere sul proprio smartphone spesso abbassa le barriere nella rivelazione di alcuni tipi di informazioni sensibili per due motivi: uno derivante dalle caratteristiche uniche della forma dei telefoni e l'altro dalle associazioni emotive che gli utenti hanno con il loro dispositivo”*. In primo luogo, una delle caratteristiche più distintive dei telefoni è la dimensione ridotta, che rende la visualizzazione e la creazione di contenuti in genere più difficile rispetto ai computer desktop. A causa di questa difficoltà, quando si scrive o si risponde su uno smartphone, una persona tende a concentrarsi strettamente sul completamento del compito e a diventare meno consapevole dei fattori esterni che normalmente inibiscono *l'autodenuncia*, come le preoccupazioni su ciò che

gli altri potrebbero fare con le informazioni date. Gli utenti di smartphone conoscono bene questo effetto: quando usano il telefono in luoghi pubblici, spesso si fissano così intensamente sul contenuto che stanno vedendo da diventare ignari di ciò che accade intorno a loro.

La seconda ragione per cui le persone divulgano informazioni personali con più facilità con uno smartphone risiede nel sentimento di comodità e familiarità che le persone associano al loro telefono. Melumad aggiunge: *“Poiché i nostri smartphone sono sempre con noi e svolgono così tante funzioni vitali nella nostra vita, spesso sono visti come “cuccioli per adulti” perchè portano conforto ai loro proprietari”*. L'effetto a valle di questi sentimenti si manifesta quando le persone sono più disposte a rivelare i propri sentimenti a un amico intimo rispetto a uno sconosciuto o ad aprirsi a un terapeuta in un ambiente confortevole piuttosto che in un ambiente non accogliente. Come dice Meyer, *“Allo stesso modo, quando scriviamo sul nostro telefono, siamo in una “comfort zone”, in una zona sicura, confortevole. Di conseguenza, siamo più disposti ad aprirci”*.

I dati a sostegno di questo studio sono numerosi e comprendono l'analisi di migliaia di post sui social media e recensioni online, risposte ad annunci sul web e studi di laboratorio controllati: 369.161 Tweets e 10.185, recensioni di ristoranti pubblicate su TripAdvisor.com, alcune pubblicate su PC e altre su smartphone.

Utilizzando sia strumenti automatizzati di elaborazione i ricercatori hanno trovato prove solide che i contenuti generati dagli smartphone sono effettivamente più *auto-divulgativi*. Forse ancora più convincente è la prova di un'analisi di 19.962 annunci web *“call to action”*, in cui si chiede ai consumatori di fornire informazioni private. Sistematicamente i dati personali sono stati più elevati per gli annunci mirati agli smartphone rispetto ai PC.

A questo link lo studio completo:

<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0022242920912732>