

# Partecipare ai *social network*

informazioni e opinioni di Paolo Biffis  
le revisioni più recenti sono contrassegnate con ●  
vivi ringraziamenti a chi segnala errori, cripticità e refusi

10 ottobre 2020

## Indice

<b>1</b>	<b>Premessa: info fastidiose</b>	<b>2</b>
1.1	Tecnologie, costi e <i>social networks</i> . . . . .	2
<b>2</b>	<b>EGB: il gruppo 'segreto' su Fb</b>	<b>3</b>
2.1	Obiettivi . . . . .	4
2.2	Accesso . . . . .	4
2.3	'Amici' e followers . . . . .	5
2.4	Rifiuto dell' 'amicizia' ● . . . . .	5
2.4.1	Richieste di adesione per interposto 'amico' . . . . .	5
2.5	Esclusione dal gruppo ( <i>banning</i> ) . . . . .	6
2.5.1	«Questo lo dice/i lei/tu» . . . . .	6
2.5.2	Lei, Tu e titoli . . . . .	6
2.6	Abbandonare il gruppo . . . . .	7
2.7	Postare . . . . .	7
2.8	Commentare . . . . .	7
2.8.1	Invii di materiali e di avvertenze . . . . .	8
2.8.2	Commenti idioti e pisciatine . . . . .	8
2.9	Condividere ( <i>share</i> ) . . . . .	9
2.9.1	Come fare . . . . .	10
2.10	Leggere i <i>post</i> e i Commenti . . . . .	10
2.11	Suggerimenti vari . . . . .	10
<b>3</b>	<b>Il blog <i>Two Faces of Debt</i></b>	<b>12</b>
<b>4</b>	<b>LinkedIn, Twitter. YouTube</b>	<b>12</b>
<b>5</b>	<b>Web e <i>social networks</i></b>	<b>13</b>
5.1	Le insidie . . . . .	14
5.1.1	<i>Privacy</i> , anonimato, riservatezza ● . . . . .	14
5.1.2	'diritto all'oblio' . . . . .	15
5.1.3	come difendersi . . . . .	15
5.2	Le opportunità . . . . .	15
5.2.1	<i>Networks</i> accademici . . . . .	17

# 1 Premessa: info fastidiose

È sempre fastidioso leggere le istruzioni e le avvertenze allegate a qualsiasi *software* (*sw*) o *hardware* (*hw*). Quando si tratta di interloquire con altre persone, tuttavia, è forse preferibile sapere con chi si ha a che fare. Quando poi si interloquisce tramite l'Internet la questione assume un rilievo determinante dato che chiunque può accedere al web, alla rete globale, dalla quale chiunque può accedere a *Facebook* (Fb).

Per migliorare la comunicazione con chi sceglie di frequentare anche la mia pagina Fb, il mio muro, ho pubblicato questa Nota, che rivedo a mano a mano che si modificano le mie conoscenze, le mie esperienze e gli aggiornamenti del software. Vi si accede cliccando sulla parola INFO, a partire dal link *pbiffis.com* che compare fra le prime righe della colonna di sinistra della mia pagina Fb e che collega il mio *blog*.<sup>1</sup> Per fruire delle potenzialità dell'ipertesto, consentito dal *sw* (*LaTeX*), è preferibile consultare a video questo documento in modo da poter leggere solo la parte che interessa.

## 1.1 Tecnologie, costi e *social networks*

La tecnologia, attraverso i *social*, offre oggi anche l'importante opportunità della comunicazione interattiva per lo scambio di informazioni e commenti sugli argomenti di interesse di ciascuno di noi: questo è il motivo per cui una decina d'anni fa ho iniziato un *Blog* e il gruppo **EGB** su Fb; in periodi più recenti mi sono avvicinato a *LinkedIn*, a *Twitter* e a *You Tube* (v. *ultra*, § 4).

La comunicazione interattiva che si ha via telefono (sincronica) prevede risposte quasi immediate; la comunicazione interattiva via *social* è invece diacronica: essa consente di riflettere prima di rispondere, di misurare le parole e di essere più precisi. In proposito io concordo con la seguente sintesi:

«Le società vengono costruite e si reggono essenzialmente su una premessa linguistica: sul fatto cioè che dire qualcosa comporti un impegno di verità e di correttezza nei confronti dei destinatari»

si tratta sostanzialmente dello 'scambio di parole' (C. Levi-Strauss *Antropologia strutturale*, Il Saggiatore, Milano 1966, ristampa)

«Non osservare questo impegno mette in pericolo il primario contratto sociale di una comunità, cioè la fiducia in un linguaggio condiviso. L'antidoto è la scrittura civile, cioè quella limpida e democratica, rispettosa delle parole e delle idee. Scrivere bene, in ogni campo, ha un'attinenza diretta con la qualità del ragionamento e del pensiero. Implica chiarezza di idee da parte di chi scrive e produce in chi legge una percezione di onestà» (G. Carofiglio, *Con parole precise - breviario di scrittura civile*, Laterza, Bari 2015).

La difficoltà di spiegarsi e di farsi capire resta comunque sempre in agguato; inoltre, non è possibile visualizzare l'interlocutore per dedurre il contenuto

<sup>1</sup>Pur non avendo pretese di completezza, la Nota deriva sia da quanto appreso in tempi lontani dalla mia partecipazione alla *Città Invisibile* e dalla lettura di *Essere digitali*, CED 1996, di N. Negro Ponte, regalatomi da Alberto Marella in occasione della sua laurea, sia dalla più recente lettura dei seguenti due saggi: Alfonso Fuggetta, *Cittadini ai tempi di Internet*, Franco Angeli 2018 e Massimo Mantellini, *Bassa risoluzione*, Einaudi 2018.

effettivo dell'opinione postata, per cui ci si può avvalere delle *emoticon*, volte a stemperare e/o a rafforzare un'espressione scritta, a dare un parere sintetico (*like*, pollice verso, cuore, ecc.), a dare espressione maggiormente puntuale alle frasi scritte. In proposito sarà necessario individuare il significato il più preciso possibile delle *emoticon*, aiutandosi con un vocabolario per non dare segnali contraddittori (sul punto esistono anche diverse risorse consultabili on line).

L'evoluzione dei *social* è talmente veloce e il loro utilizzo talmente vasto da rendere impossibile fissare modalità di utilizzo generali, per cui in un certo senso siamo tutti neofiti: il documento che segue richiederebbe perciò la conoscenza di base del loro funzionamento (guide e manuali si trovano ovunque in libreria e in rete); istruzioni sul funzionamento avanzato e aggiornato si trovano sempre negli *help* che accompagnano i *sw* e sarebbe utile adeguarvisi.

Un'altra rilevante questione riguarda la macchina (il dispositivo o *device*) tramite la quale si utilizzano i *sw* relativi ai *social*: la diffusione degli *smartphone* infatti ha in una certa misura soppiantato i *computer* per cui si sono diffuse le c.d. *app* che consentono di utilizzare i *social* anche in mobilità (c.d. *on the road*). Ma l'evoluzione delle macchine implica l'evoluzione dei sistemi operativi (*so*) che le fanno funzionare e che richiedono continui aggiornamenti anche delle *app*. Ne segue che utilizzare i *social* tramite una macchina o l'altra richiede attenzioni diverse e diverrebbe necessario impraticarsene per evitare di commettere ingenuità che potrebbero dar luogo ad effetti poco piacevoli.

Ultima, ma non ultima questione: i costi. Utilizzare i *social* significa disporre di un collegamento fra macchine gestite da persone che hanno le credenziali per utilizzarle e il fornitore di servizi telematici che ci mette a disposizione diverse modalità di collegamento a diversi prezzi. I prezzi aumentano all'aumentare della comodità di accesso alla rete e della velocità disponibili: il meno costoso è il collegamento del *computer* via cavo; il più costoso è il collegamento *on the road* via 5G.<sup>2</sup>

## 2 EGB: il gruppo 'segreto' su Fb

EGB (Economia e Gestione della Banca) è un gruppo che continua tutt'ora ad essere 'segreto' ma con la tendenza ad essere di fatto 'chiuso'.<sup>3</sup> Nel tempo, infat-

---

<sup>2</sup>Il collegamento dei dispositivi alla rete, al web, avviene:

- a) via cavo, accedendo ad una rete di cavi più ampia (i c.d. *cabinet*), oggi sostituiti da fibra ottica che velocizza enormemente gli scambi di dati;
- b) senza cavi (*wireless*), utilizzando le onde radio per accedere al più vicino punto di accesso alle reti di cavi più ampia o di fibre, appena ricordate;
- c) via onde radio (*wi-fi*): bypassando i *cabinet*, esse trasmettono alla velocità di 3, 4 o 5 Gigabyte al secondo (3G, 4G, 5G a seconda della 'larghezza di banda').

La tecnologia 5G, ancora in via di attivazione in Italia, consentirà a molti soggetti simultaneamente di telefonare, di utilizzare i *social*, di pagare, di usare i televisori, ecc.

Quando invece non si ha accesso alla rete in una delle modalità sopra elencate (a e b), è possibile collegarsi via *smartphone*, attivando la funzione *hotspot*; in tal caso, si utilizzano le onde radio appena ricordate e i costi dipendono dal contratto telefonico in essere.

Infine, ci si collega tramite onde radio ma su brevissime distanze (max 30 metri) quando si utilizza la tecnologia *bluetooth*, una tecnologia oggi esistente in tutte le macchine: in tal caso si accede a dati precedentemente scaricati e residenti sul proprio *device* e i costi dipendono dalla capienza di GB del *device*.

<sup>3</sup>Secondo Fb, il gruppo si considera 'segreto' perché chi transita sul profilo dell'amministratore non ne percepisce l'esistenza, mentre il gruppo si considera 'chiuso' quando l'esistenza è palese. In entrambi i casi, ottenuta la relativa 'amicizia', i *post* restano visibili soltanto ai partecipanti.

ti, l'utilizzo di EGB si è modificato: attualmente, le questioni prevalentemente economico-tecniche trovano spazio in EGB, mentre quelle prevalentemente economico-politiche sono pubbliche. Nella parte pubblica trovano spazio altresì questioni politiche più generali data l'interdipendenza con le questioni economiche, tecniche e generali, nazionali e internazionali.

## 2.1 Obiettivi

L'obiettivo generale del gruppo EGB è quello di creare uno spazio riservato, destinato a chi è interessato ad approfondire e a discutere gli aspetti, anche tecnici, delle vicende finanziarie, monetarie e creditizie attuali.

Attraverso questa iniziativa cerco di scambiare 'informazione'. Tuttavia, l'obiettivo di privilegiare l' 'informazione', piuttosto che la 'formazione', si realizza se ci si esercita nella difficile arte di distinguere i fatti dalle opinioni: i collegamenti a *blog* interessanti, secondo me e che spesso vengono citati postando materiali da lì ripresi, servono per allargare l'informazione e non per allargare i relativi commenti su questa pagina Fb o sul *blog*. Infatti i commenti postati sulla mia pagina, non vengono quasi mai letti dagli autori dei *post* originari per cui tendono a non generare risposte circostanziate come potrebbero offrire gli autori del *post* originario.

Fb non è attrezzato, purtroppo, con un elenco indicizzato dei temi trattati (come avviene su di un *blog*), il che implica che, per trovare un argomento, bisogna scorrere verso il basso tutti i *post* alla ricerca di quello che interessa. Oppure cliccare sull'anno che interessa (sulla colonna di destra) e cercare lì, sempre scorrendo i *post*.

## 2.2 Accesso

Chiunque possieda un profilo Fb, un *account* Twitter o LinkedIn può, come è noto, seguire i *post* che chiunque pubblica sul relativo *social*. È invece l'accesso al gruppo EGB ad essere riservato; esso avviene dopo che è stata richiesta individualmente ed è stata accettata l' 'amicizia'.

Partendo dal proprio *account* Fb e cercando l'*account* «Paolo Biffis» si trova il mio profilo dove indosso una camicia. Per contemperare le esigenze di estendere l'accesso alla maggior parte degli interessati e di mantenere la professionalità con la quale affrontare gli argomenti, si accorda automaticamente l' 'amicizia' alle seguenti condizioni:

- esistenza di un profilo Fb con i dati anagrafici effettivi (nome e cognome), rendendo così possibile una verifica; chi desidera utilizzare un nickname è invitato a segnalarlo via *Messenger*;
- possibilità di verificare quali sono gli 'amici' comuni. Quando il numero di amici comuni si avvicina allo zero, la richiesta viene rifiutata.

Chi non vuole farsi riconoscere fisicamente può omettere la propria immagine dal profilo e/o dalla *cover*.

Per ridurre le possibilità di intrusioni sono possibili richieste di motivazioni, soprattutto in caso di evidente difformità fra il profilo pubblico del richiedente e gli obiettivi del gruppo.

All'accettazione dell' 'amicizia' segue l'invito a leggere questo documento. L'invito viene inviato via *Messenger*; ma se il richiedente non lo usa, il mio invito cade nel vuoto, per cui dopo alcuni giorni *banno* il richiedente. Accettata l' 'amicizia', dopo pochi secondi si viene inseriti nel gruppo riservato; si ottiene così l'accesso al profilo degli altri componenti, limitatamente ai dati che ciascuno ha ritenuto di rendere pubblici secondo le impostazioni di *privacy* individuali; il mio consiglio è di disporre di un profilo con informazioni personali limitatissime.

Chi si aggrega al mio profilo (i *follower*) autonomamente e senza chiedere l' 'amicizia' perde la parte 'segreta' dell'iniziativa.

Segnalo inoltre che, a volte, le richieste non possono essere evase: ciò accada quando il richiedente ha fissato il numero massimo di 'amici' accettabile. In tal caso, uso il *Messenger* per segnalare l'impossibile accettazione.

### 2.3 'Amici' e followers

Anche una bocciofila è un *social*, ma gli amici e gli spettatori sono più o meno conosciuti e riconoscibili fisicamente. Nel web, invece, non è quasi mai così: è bene dunque essere assai prudenti. Non è detto che nome e cognome che appaiono corrispondano ad una persona fisica reale, né che una foto corrisponda alla realtà dell'interlocutore, né che un messaggio corrisponda al pensiero di chi lo scrive, ecc. Ribadisco: la prudenza non è mai troppa!

Un altro elemento non trascurabile da ricordare è il numero di 'amici' (coloro che hanno chiesto e ottenuto l'amicizia) e di followers (coloro che, pur non avendola richiesta, seguono la pagina pubblica dell'amministratore). I numeri, dicevo, sono indicatori fallaci perché comprendono tutti gli 'amici' e i followers, sia che frequentino saltuariamente o continuativamente la pagina, sia che non la frequentino più e/o che l'abbiano visitata in passato. Fino a che non decidono di cancellarsi, essi vengono sempre conteggiati. Quindi, dire che si hanno *n* 'amici' e/o followers, in questo contesto non ha quasi alcun significato.

Fra le cose che non ho ancora capito restano: a) il criterio con il quale si aggiornano le foto degli 'amici'; b) le modalità di aggiornamento dei contatori.

### 2.4 Rifiuto dell' 'amicizia' •

Vengono rifiutate le richieste di coloro che espongono nel proprio profilo foto di *pin-up*, di coloro che vengono invitati ad aderire o indirizzati da altri aderenti (v. *ultra*, § 2.4.1) e di coloro che adottano un nome di fantasia. Costoro, per essere accettati, sono invitati a segnalarmi, via *Messenger*, il loro nome e cognomi effettivi.

D'ora in avanti *banno* coloro che si aggregano *motu proprio* (v. *ultra*, § 2.5).

#### 2.4.1 Richieste di adesione per interposto 'amico'

Accade che vi siano miei 'amici' che iscrivono loro amici al gruppo EGB: di questo non posso che ringraziarli perché apprezzano la mia pagina e sono in buona fede.

Tuttavia, interpellati singolarmente, i proposti adepti o non hanno risposto o hanno negato di essere interessati al gruppo o, addirittura, hanno inutilmente preteso che indicassi la persona che aveva preso l'iniziativa di proporli senza

interpellarli. Questo è il motivo per cui non accetto richieste che giungono per interposta persona.

## 2.5 Esclusione dal gruppo (*banning*)

Vengono bannati coloro che:

1. richiedono l'approvazione per *post* contenenti testi, immagini o video non compatibili con gli obiettivi del gruppo;
2. postano commenti e/o offerte di qualsiasi genere di prodotti e/o di servizi, compresi i servizi bancari, finanziari e assicurativi in proprio o per conto terzi;
3. approfittano e insistono per postare interventi ingiustificati, provocatori o inutili pisciatine per testimoniare la loro presenza a meri scopi autopromozionali o provocatori;
4. offendono o prendono i giro i miei 'amici';
5. coloro che aggregano il sottoscritto a gruppi politici, religiosi o civili, senza chiedere preventivamente il permesso.

### 2.5.1 «Questo lo dice/i lei/tu»

La frase è diventata di moda dopo che un parlamentare ha opposto questa 'argomentazione' a chi sosteneva una verità ben nota e consolidata, Un'altra analoga 'argomentazione' è «siamo in democrazia, il tuo punto di vista vale quanto il mio» o, detta in termini ancor più semplificati e perentori «1=1». I più imbecilli, avendo studiato ma non avendo capito quasi nulla, aggiungono «tu sei un aristocratico». Chi è affetto da cretinismo (malore dal quale purtroppo mi dicono non si guarisca) aggiunge addirittura «appartieni alla aristoi» (però lo scrive in latino e non in greco).

Segnalo che affermazioni apodittiche del genere appena esemplificate implicano che il sottoscritto considera gli autori dei *post* come dei banali *troll* e quindi li banna.

### 2.5.2 Lei, Tu e titoli

Quando si interloquisce con una persona nei *social* penso sia preferibile abolire tutti i titoli (di studio, accademici, nobiliari, ecc.). Mi sembra una buona prassi quella di usare, al massimo, Signor o Signora ma anche questo mi sembra ridondante e preferisco il Nome-Cognome o il Nome.

Tuttavia, adottando il mio punto di vista mi sono sentito rimproverare di dare immediatamente 'del Tu' e di non tenere conto del titolo accademico del mio interlocutore. Ho adottato, allora, la seguente tecnica: all'inizio chi mi chiede l' 'amicizia' viene invitato a leggere questo documento con una frase formale ove uso 'il Lei'; successivamente, continuo fino a che il mio interlocutore non passa per primo 'al Tu'; poi continuo con il Tu e Nome-Cognome; infine si può passare al Nome, così diventa anche più semplice capire a chi vengono rivolti i commenti, soprattutto nei *thread* più lunghi e articolati.

## 2.6 Abbandonare il gruppo

Si può uscire dal gruppo EGB, non seguire più o eliminare la propria adesione all' 'amicizia', quando lo si desidera attivando la relativa funzione disponibile nella piattaforma.

## 2.7 Postare

Negli anni questa pagina Fb ha raggiunto un numero di aderenti ('amici') ben superiore alle 300 unità: la *policy* di Fb, a questo livello di adesioni, impedisce agli aderenti di postare liberamente e richiede che l'amministratore del gruppo, cioè il sottoscritto, approvi i *post* proposti volta per volta.

Avverto fin da ora che chi intende postare autonomamente può dare per scontata simile approvazione anche se, materialmente, essa non può essere concessa in tempo reale perché dipende dai tempi di consultazione della pagina. Tuttavia l'approvazione avviene in tempi ristrettissimi grazie all'utilizzo del *cloud* che rende sincronizzata l'informazione fra le diverse macchine e anche *on the road* e quindi quasi immediato lo scambio di informazioni.

Ovviamente, trattandosi del mio muro, mi riservo il diritto di negare l'approvazione per *post* troppo in contrasto col mio punto di vista, per *post* banali o ridondanti o che, a mio insindacabile giudizio, non consentano di fare dei 'passi avanti'.

Tutti dunque sono invitati ad aprire dei *thread* in linea con gli obiettivi di EGB; si può partire da una domanda, da un evento, da una curiosità, da un *tweet* oppure dalla partecipazione ad una discussione con commenti, opinioni, ecc. Tutto ciò serve per chiarirsi le idee, per capire un mondo molto complesso, per capire che nessuno ha LA soluzione: si tratta di confrontarsi e di trarne delle conclusioni, sempre temporanee, sempre discutibili e mai definitive. Le opinioni espresse anche in questa sede non sono 'verità' ma punti di vista: ancorché ponderati, non sono incontrovertibili.

L'intendimento, in una parola, non è fare proseliti.

Uno dei grandi vantaggi dell'Internet è l'interlocuzione diacronica, dicevo: la risposta ad una affermazione può essere dilazionata nel tempo; ne segue che vi è la possibilità di pensare la risposta, di pesare le parole e di scriverla correttamente.

## 2.8 Commentare

Per Commentare è preferibile mirare e cercare di centrare l'argomento il che è più difficile se si scrive 'di getto'. Ma, di getto, si scrive quando si tagga e/o si commenta una foto, un evento, una battuta, ecc. Non è questo il caso ove il difficile tentativo è quello di organizzare uno spazio professionale su temi precisi, spesso trattati nei siti o nei *blog* internazionali.

Purtroppo il controllo sociale impedisce a molti di intervenire (e perfino di inserire un '*like*'): è un errore non commentare perché si perde l'occasione di imparare un'abilità che sarà sempre più utile in futuro. Bisogna superarsi, imparare a sintetizzare, rischiare e non avere paura di sbagliare, postare il proprio punto di vista con garbo. Sarà bene però tenere conto che commenti e *like* sono pubblici e quindi visionabili da chiunque appartenga al gruppo EGB o da chiunque transiti nella parte non riservata del mio muro.

Comunicazioni private al sottoscritto vanno inserite nel *sw* di messaggistica di Fb (*Messenger*), o tramite *mail* (biffis [at] unive [dot] it), e non vanno postati in pubblico; la *chat* di regola è disattivata: viene attivata automaticamente a seguito del ricevimento di un messaggio personale sul *Messenger*.

- a. i commenti a un *post* consentono di **'andare a capo'** (*ALT+Enter*) dato che, se troppo lunghi, possono risultare ostici: consiglio di spezzarli per argomento, eventualmente con un'interlinea;
- b. commentare il *post* prescelto, evitando di **'allargarsi'** troppo e argomentando in modo pertinente; commenti laterali o che non c'entrano per niente infastidiscono, danno la percezione che non si è letto o non si è capito il *post* o che quest'ultimo ha sollevato un'attenzione su questioni più o meno laterali; evitare anche interventi generici o da bar Sport che 'lasciare il tempo che trovano';
- c. cercare di leggere, pensare, **scrivere a parte** un file *.txt* (usando il *sw TextEdit* disponibile su tutte le macchine), rileggerlo, ripensarlo e, infine, curati l'italiano e l'ortografia, postarlo con un *copy&paste*;
- d. non commentare con **quello che 'passa per la testa'** e controllare le proprie pulsioni 'letterarie': le frasi dovrebbero essere chiare, precise, concise, incisive e comprensibili;
- e. evitare **sottintesi e battute**, difficilmente percepibili attraverso la messaggistica elettronica tanto che spesso vi si affiancano le *emoticon* per esplicitare meglio il proprio pensiero;
- f. ricordare che **commenti brevi e precisi** vengono letti, altrimenti se ne leggono poche righe;

### 2.8.1 Invii di materiali e di avvertenze

Coloro che mi inviano privatamente file di testo, foto, video, pezzi di 'catene di sant'antonio', inviti a firmare petizioni, richieste di denaro o di like, materiali propagandistici, *url* di qualsiasi genere, sono invitati a non farlo perché non apro nulla, declino e cestino tutto, salvo non giungano da soggetti privati e collettivi a me ben noti. Coloro che spammano messaggi contenenti avvertenze di insidie che circolano nel web sono pregati di verificare in precedenza, **qui e qui**, che non si tratti di bufale,

### 2.8.2 Commenti idioti e pisciatine

Càpita che qualche 'amico' che frequenta saltuariamente la mia pagina o che qualche passante occasionale commenti un mio *post* con una frasetta sintetica per esprimere il proprio punto di vista ('che schifo', 'non sono d'accordo', 'sciocchezze' e roba del genere) oppure con frasette generiche e senza senso compiuto; il più delle volte si tratta di provocazioni. Alla mia replica con qualche punto di domanda, non vi è risposta alcuna. Sarebbe utile, invece, allungare un po' il commento per farsi capire; in caso contrario sono disponibili un sacco di *emoticon* con le quali si può esprimere, ancor più sinteticamente l'assenso, il dissenso, ecc.



Se un passante vuole lasciare il segno sul mio muro con la sua pisciatina sappia che si autoqualifica e non riceve risposta. Questi comportamenti sono propri dei conigli mannari che girano anonimi per il web e dei quali è impossibile liberarsi: forse sarebbe utile bloccarli, ma ci si priverebbe di amenità e di idiozie impareggiabili.

## 2.9 Condividere (*share*)

Ringrazio fin d'ora tutti coloro che condividono, riprendono e ritrasmettono i *post* che pubblico: segnalo però che essi derivano da un lavoro di cernita fra fonti, non tutte e sempre gratuite, che richiede del tempo e che appalesa scelte individuali dell'amministratore. Il termine 'condividi', tuttavia, è neutro: la condivisione non può che far piacere, anche se non è detto che essa indichi un apprezzamento potendo significare anche il contrario, soprattutto se non è seguita da un commento ad hoc. Rappresenti o meno un apprezzamento, la condivisione è comunque un modo di prendere atto, magari per iniziare o chiudere uno scambio di opinioni, se non una discussione. Così, oggi, a seguito del generalizzarsi dell'uso delle *emoticon*, porre un *like* indica, più o meno, una mera 'presa visione' più che un apprezzamento; il *like* può anche essere una sottile presa in giro.

A parte questa questione, che peraltro non riguarda l'amministratore della pagina Fb, rimane il fatto che chi condivide un *post* si appropria del lavoro dell'amministratore e, se non ne cita la fonte, copia.

La faccenda può essere ritenuta una questione di lana caprina, data la velocità di trasferimento delle informazioni, le semplificazioni del linguaggio e, in sintesi, l'affermarsi della *Bassa Risoluzione* (Mantellini, 2018), dei *curricula gonfiati*, dell'affermarsi della moda «1=1», ecc.

Io considero però poco civile appropriarsi direttamente di un *link* senza citare la fonte da cui esso è tratto. Se è tratto dalla mia pagina Fb, io posso vedere chi e che cosa condivide. Infatti, quando si 'condivide' un *post* dell'amministratore della pagina, quel medesimo *post* compare sulla pagina Fb di chi ha deciso di dividerlo e l'amministratore ne ha comunicazione automatica consentendogli di accedere alla pagina Fb di chi ha condiviso e di osservare come è stata qualificata la ripresa del *post*. La rapidità che si ottiene condividendo un *post* è impareggiabile, tuttavia bisognerebbe tenere conto, ripeto, che ci si appropria del lavoro di altri: creanza vorrebbe, invece, che si appalesasse da dove vengono estratte le informazioni di cui ci si appropria.

Esempio: spesso riprendo articoli tratti da pubblicazioni reperite nel web e cerco sempre di citare la fonte. Chi condivide un articolo da me postato senza citare la fonte dalla quale esso proviene (cioè la mia pagina Fb), dichiara che si fida della mia scelta: questa fiducia andrebbe almeno testimoniata.

Vi è tuttavia un altro caso più irritante, ed è il caso in cui un *post* dell'amministratore comprenda un suo personale commento ad un link: chi clicca su 'condividi' *sic et simpliciter*, di regola riporta nella propria pagine Fb il solo link e non il commento. Ma così facendo, cioè omettendo il commento iniziale, si modifica addirittura il senso del *post* originario.

In precedenza bannavo chi copiava; poi ho capito che non si può insegnare la creanza.

### 2.9.1 Come fare

Non è semplice, perché dipende dalla piattaforma dalla quale si desidera riciclare il *post*, dal dispositivo che si utilizza (*computer, smartphone, tablet*) e, presumo, anche dal *so* sul quale poggiano le *app*. Suggestisco quanto segue partendo dalla mia esperienza personale e tenendo conto che io utilizzo prodotti Apple, il browser Safari e, prevalentemente, lo smartphone. Con riferimento alla piattaforma Fb:

- a) provare ad utilizzare i tre puntini che si trovano in alto a destra del *post*;
- b) provare a scegliere una delle proposte della tendina 'a cascata' che si apre con 'condividi',
- c) provare a salvare il *post* e, successivamente, copiarlo e incollarlo sulla propria pagina Fb facendolo precedere da un 'da xy' o 'ex xy'

In tutti i casi, dopo avere condiviso in qualche modo il *post*, tornare sulla propria pagina Fb, aprire il *post* appena condiviso e, se del caso, aggiungere all'inizio <da xy>; se non compare l'eventuale commento iniziale, copiarlo dalla pagina Fb di partenza e incollarlo all'inizio del *post* sulla propria pagina.

Per condividere *post* che provengono da altre piattaforme (LinkedIn, Twitter, YT) bisogna provare e appropriarsi del funzionamento.

### 2.10 Leggere i *post* e i Commenti

A fronte di un *post*, di solito, vi sono dei Commenti: ciò accade quando il *post* colpisce un argomento di interesse di chi legge in quel momento e dà una prova all'amministratore di postare cose di interesse o meno. Per questo i Commenti costituiscono un buon indicatore dell'interesse suscitato.

Ma leggere anche i Commenti, oltre ai *post* può diventare oneroso e, a volte, molto oneroso.

Segnalo che lo sforzo richiesto per leggere anche i Commenti può essere compensato dall'apprendimento di punti di vista diversi per maturare un'idea, un punto di vista maggiormente articolato.

### 2.11 Suggerimenti vari

Riassumo qui una serie di suggerimenti maturati negli anni e ripresi da diversi *blog*: sono volti a snellire la pagina, a rendere più efficace ed efficiente lo scambio di opinioni e di informazioni, ecc. In una parola a migliorare la capacità di ridurre i pre-giudizi e le false credenze di cui ciascuno di noi è vittima, nonché per difendersi dalle *fake news* e dai *troll*.

- a. leggere la *netiquette* (più in dettaglio e in italiano [qui](#)) dove si imparano queste e altre cose);
- b. leggere i *post* precedenti per qualche giorno, al fine di 'sintonizzarsi'. Ciò significa che, all'inizio, si dovrebbero leggere i *post* con l'intento di capire cosa l'amministratore e i suoi 'amici' vogliono dire, come affrontano i problemi, ecc.; invece di leggere con l'intento di intervenire subito, di rispondere ai *post*, di esprimere il proprio punto di vista, ecc. sarebbe utile capire in quale ambiente ci si trova. Il beneficio sarà quello di scrivere commenti più precisi, circostanziati ed efficaci;

- c. **tollerare** errori di battitura, di grammatica, di sintassi, di punteggiatura, refusi, ecc. ricordando che oggi spesso si digita sul 'tastierino' di uno smartphone che ha memorizzato quello che si è scritto in precedenza, giusto o sbagliato che sia, e che, spesso, chi scrive non rilegge;
- d. ricordo ai più **anziani** che quasi nessuno è mai riuscito a spiegare ai più giovani come si vive: li prego perciò di astenersi dal raccontare le loro vicende personali, di evitare di ricordare 'i bei tempi antichi' e di 'guardare avanti', prospettando soluzioni;
- e. ricordo anche che i tentativi di '**mettere le braghe al mondo**' si susseguono da alcuni millenni e che il nostro tentativo è solo quello di capirci qualcosa e di esprimere civilmente il nostro punto di vista;
- f. spesso io posto **pezzi in inglese o francese** che possono risultare ostici, soprattutto se si è un po' arrugginiti sull'uso della lingua straniera: ricordo che esistono il traduttore di Google e una app per smartphone (*Translate*) abbastanza efficienti che consentono di leggere in molte lingue;
- g. giornali e riviste *on line, blog, hashtag e tweet* offrono **spunti** interessanti e spesso da cogliere. Si consiglia di avvalersene, sempre citando la fonte;
- h. ricordare che gli 'amici' sono miei **ospiti** e che il mio intendimento non è volto a creare un salotto per il gossip, una sala da thé per vecchie carampane, o per fanciulle in fiore in cerca di marito, o un bar per giovani o vecchi rimbambiti, o per imbecilli che non hanno alcuna consapevolezza di essere al mondo. Vi si vorrebbe discutere di lupi e di agnelli, di pastori e di capre, di Pinocchi e di Fate Turchine, di pifferai magici, di gatti, di volpi, di corvi, di grilli parlanti, ecc.;
- i. sembra impossibile, ma vi è ancora gente che usa il **maiuscolo**: come è noto, ciò significherebbe urlare; ma non serve a nulla. In genere chi scrive in maiuscolo non ha nulla da dire per cui io, ad esempio, evito di leggere;
- j. segnalo che non rispondo a **commenti anonimi o firmati con avatar**.
- k. ricordo che se si utilizzano collegamenti wi-fi presso strutture aperte al pubblico (bar, librerie, città, ecc.) in genere si tratta di collegamenti 'non sicuri', il che può giungere fino al punto di impedire l'accesso al *blog* (ma si viene avvertiti immediatamente da un messaggio visuale);
- l. 'Scrivere è un tratto fondamentale di una persona matura, anche e soprattutto ai tempi dell'Internet' (Fuggetta, 2018: 122).
- m. *ultimo ma non ultimo*: di fronte ad un post che non si condivide per niente e/o che ci innervosisce, è consigliabile non **commentare di getto**, ma di spegnere la macchina e rinviare il commento di qualche ora. L'emozionalità e l'impulsività, sono nemiche di scambi di opinioni ove l'obiettivo non è quello di avere ragione, ma di confrontarsi.

### 3 Il *blog Two Faces of Debt*

Il *blog*, come si evince dal titolo, ha l'obiettivo di sottoporre a verifica critica la questione del Debito, quale faccia di una medaglia (**vedi**), riferito a questioni finanziarie e monetarie.

Gli aspetti microeconomici e macroeconomici, di regola, vengono tralasciati non essendo alla mia portata. L'obiettivo diviene così quello di descrivere alcuni eventi monetari, creditizi e finanziari che interessano l'economia delle imprese bancarie e finanziarie e l'economia del risparmiatore individuale privato. Non essendo io un economista, ma un ragioniere, cerco di descrivere gli eventi attraverso le loro misurazioni monetarie che ex ante vengono riassunte in un budget, mentre ex post vengono riassunte in un bilancio.

Nel *blog*, i post tendono ad essere prevalentemente formativi più che informativi e sempre fondati su dimensioni economico-tecniche che io considero imprescindibili, fino a lambire questioni politiche fondate però su evidenze economiche: come è noto i *blog* consentono a chiunque di seguire, sia anonimamente sia richiedendo di essere informati automaticamente ad ogni nuovo post, e possono essere commentati da chiunque, anche se i commenti sono soggetti a moderazione.

In linea di massima, i post pubblicati sul *blog* vengono inviati su Fb, su *Twitter* e su *LinkedIn* e su *Google*, salvo non siano *in progress*.

### 4 LinkedIn, Twitter. YouTube

#### LinkedIn

A differenza di Fb, si tratta di un *social* tendenzialmente professionale, liberamente e facilmente accessibile; per le necessità elementari è anche gratuito. Data la prevalente professionalità degli aderenti, non andrebbe utilizzato come Fb: il profilo che vi si posta tende a descrivere la propria posizione professionale. Può servire anche a chi ha interesse ad accedere al mercato del lavoro cui, ho notizia, ci si rivolge sempre più spesso. Non sembra dovrebbe servire per auto-promuoversi, per impartire lezioni, o per rivolgersi a qualcuno.

Per ora sembra lontano dal mercato della politica e tende a raccogliere interventi prevalentemente in inglese e professionali.

#### Twitter

Il celebre *social* che consente ora di avvalersi di 280 caratteri (spazi inclusi) ha avuto uno sviluppo inaspettato da quando viene utilizzato anche dalle autorità politiche e religiose.

Il mio *account* è @pbiffis.

Come nel caso di Fb, disporre di un *account* non implica alcun obbligo di intervenire (di *twittare*), ma consente di visualizzare quello che pensano e che *twittano* le persone prescelte liberamente da ciascuno di noi.

Il problema dei *tweet* è connesso con la sintesi richiesta dalla limitatezza del numero di caratteri: questo problema si ripercuote sulla cripticità dei messaggi per chi è esterno allo scambio di opinioni.

Io stesso però, attualmente, faccio spesso ricorso ai *tweet* e li riciclo (li *ritwitto*) sulla mia pagina Fb perché hanno il grande vantaggio di sintetizzare le opinioni di molte persone in pochi concetti. Naturalmente chi è rimasto esterno

ad una discussione svoltasi su twitter ha maggiori difficoltà ad entrarvi e a cogliere il senso dei dibattiti che vi si sono svolti; bisogna impraticarsi un po', magari studiando qualche manualetto facilmente reperibile on line o in libreria. Tuttavia questo *social* consente a chi vi partecipa di avanzare rapidamente nel maturare una approssimativa convinzione favorevole, contraria o neutra rispetto al tema prescelto.

### **You Tube**

La celebre piattaforma web consente di caricarvi file multimediali precedentemente compilati e/o di utilizzarla per trasmettere 'in diretta': in definitiva consente di condividere file multimediali a fini di informazione, di formazione (i *webinar*) e di dibattito in diversi settori. La loro diffusione ha avuto una notevole accelerazione nel corso del periodo di contenimento del Covid-19.

Io non apprezzo particolarmente questo strumento perché troppo spesso le parole sfuggono e così i concetti tendono ad essere meno precisi di quanto non accada quando si usa lo scritto. Al di là delle mie preferenze, comunque ne ho dato spesso notizia, ma cerco di limitare questa informazione agli argomenti dei quali mi occupo. I canali YT sono molteplici e trattano moltissimi argomenti per cui può essere interessante esplorarli e scegliere gli argomenti che interessano. Qualche volta ne dò notizia soprattutto per segnalare le nuove iniziative, ma confido nella capacità individuale di accedervi e di selezionare quello che ognuno preferisce.

Un elemento che non mi pare trascurabile riguarda la fruibilità di simili trasmissioni: se si è collegati ad una rete wi-fi, la trasmissione è generalmente fluida, anche se a volte si inceppa per sovraccarico della rete in sé. La fruibilità *on the road* avviene tramite tecnologie che si avvalgono delle onde radio (reti wireless): oggi 4G, che consente trasmissioni abbastanza fluide, o 5G, che consente trasmissioni molto fluide, e *bluetooth* che consente la trasmissione dati a breve distanza. Mentre la fruibilità via 4G e 5G consente di fruire di dati che risiedono nei *server* di YT, la fruibilità via bluetooth richiede che i file multimediali risiedano nella macchina. In quest'ultimo caso, dipenderà dallo spazio disponibile (i Giga disponibili) (v. *supra*, n. 2).

## **5 Web e social networks**

I *social network*, le piattaforme aperte e gratuite fruibili liberamente da chiunque offrono oggi, come dicevo, l'opportunità di interagire con un numero indeterminato di persone a seconda degli interessi che fungono da aggregatori. Fra le più diffuse vi sono Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn, Twitter, Pinterist, Google+, TikTok, Cocoon, Threads, ecc. (**qui**, per avere un'idea della loro importanza nell'attuale società italiana e **qui** relativamente al resto del mondo e Paese per Paese).

Tuttavia, l'importante opportunità della comunicazione attraverso i *social* è piena zeppa di insidie perché transita attraverso il web. Chi frequenta il web dovrebbe anzitutto essere sicuro e consapevole di tali insidie.

## 5.1 Le insidie

### 5.1.1 *Privacy, anonimato, riservatezza* •

Oggi, di regola, chi è collegato all'Internet da casa, dovrebbe essere consapevole che il collegamento è 'vivo h 24', cioè giorno e notte. Ciò significa che le macchine, i *device* (*computer, tablet, smartphone*, orologi digitali) possono trasmettere dati anche quando sono apparentemente 'spenti'. Ad es. notte tempo si può attivare la 'modalità aereo', ma ciò non è sufficiente ad eliminare tutte le trasmissioni, analogamente quando lo schermo è nero. Il *device* non dovrebbe funzionare quando è stato spento con l'apposito tasto (*switch off*), ma la sveglia potrebbe funzionare ugualmente. Accertarsene, provando sulla propria macchina.

È sicuro che il collegamento si attiva al momento dell'accensione della macchina: in questo stesso momento sarebbe assai utile accendere anche il cervello, ad evitare spiacevoli sorprese: ciò significa evitare comportamenti automatici. Recentemente, i *so* più aggiornati, fortunatamente, pensano essi stessi ad avvertirci di accendere anche il cervello.

Se siamo sempre collegati, non siamo mai **anonimi**: ogni nostra mossa, infatti, viaggia nell'Internet con una specie di targa che resta impressa nelle macchine che ci forniscono il servizio (i *server*). Ad es. il *server* del fornitore di posta elettronica o di altri servizi che è identificato con un numero ISP (*Internet Service Provider*) registra in permanenza i nostri passaggi e li conserva *sine die*.

Se non siamo anonimi, è evidente che le informazioni che trasmettiamo non sono **riservate** per cui sorge il problema dalla *privacy*. Si tratta di una questione che ha due aspetti: uno 'privato' e uno 'pubblico'. La parte privata è quella che si fronteggia con le *password* (*pw*) che consentono di accedere alle proprie macchine; la parte pubblica è quella che si fronteggia quando si accede al web,

In quest'ultimo caso si rischia di essere intercettati: ad es. quando si accede al proprio conto bancario e ci si sofferma più del tempo necessario è la banca stessa che interrompe il collegamento. Altri siti, con contenuti meno sensibili, non lo fanno. Il che ci dà la misura del problema.

Tutti dunque possiamo essere intercettati e quindi le informazioni residenti nelle nostre macchine possono diventare di pubblico dominio ed essere sottratte. Chi si occupa di queste intercettazioni, non sono solo i servizi segreti, che appaltano di fatto il lavoro alle piattaforme gratuite (tipo Fb, per l'appunto) ma, molto più semplicemente, chi desidera profilare i clienti per motivi di marketing, per motivi politici, o per altri motivi più o meno leciti o nobili.

Ne segue, io credo, la necessità di ridurre al minimo indispensabile le informazioni che si rendono disponibili sul proprio conto presso le piattaforme *social*: resta in capo a chi accede liberamente al web la responsabilità delle informazioni personali rese pubbliche.

Con riferimento ai *social*, le impostazioni di *privacy*<sup>4</sup> dovrebbero: a) minimizzare le informazioni personali sia sulla *cover* sia sul proprio profilo; b) disattivare l'informazione sulla localizzazione dalla quale si trasmette; c) non pubblicare il proprio numero di telefono; d) non pubblicare immagini di terze persone e, meno che mai, foto di minori.

Ad es. chi utilizza WhatsApp e ritrasmette foto e/o video di terzi ai propri contatti, dovrebbe evitare di esporre il proprio numero di cellulare o immagini

<sup>4</sup>Per informazioni circostanziate, digitare la stringa <facebook+privacy> su qualsiasi *browser*.

di minori nel proprio profilo per la semplice ragione che non controlliamo i contatti dei nostri contatti.

Infine, credo sia utile utilizzare la **navigazione anonima** nel web con qualsiasi macchina, compresi gli smartphone.

La questione della *privacy* sta diventando sempre più rilevante e proprio per questo tutti i *social* più diffusi mettono a disposizione, nelle rispettive piattaforme, adeguati tutorial che consentono a ciascuno di noi di assumersi la responsabilità di decidere quali informazioni sul proprio conto pubblicare, condividere e con chi.

Le informazioni di ciascun 'amico' Fb che si aggiornano automaticamente sulla mia *timeline*, vengono disattivate (*unfollow*), salvo casi particolari.

Ad evitare paranoie, però, può essere utile ricordare che nessuno di noi è ancora il Presidente degli Stati Uniti d'America per cui è verosimile che nessuno di noi disponga di segreti tali da invogliare qualche servizio segreto o qualche malintenzionato a spendere risorse per scoprire le nostre *password* o quello che facciamo nel web. Resta tuttavia una norma di buon senso e di prudenza rendere 'forti' le *pw* ad evitare che vengano conosciute da soggetti che tentano di trasmetterci dei *sw* malevoli che compromettono il funzionamento delle nostre macchine.

### 5.1.2 'diritto all'oblio'

ciò che si scrive sul web, resta indefinitamente sui *server* degli ISP: almeno fino ad oggi non è previsto il 'diritto all'oblio', cioè la cancellazione di quanto si è scritto. In ogni caso, qualora fosse previsto bisognerebbe poi capire se la norma verrebbe applicata e quali azioni dovrebbero essere intraprese per farla rispettare.

### 5.1.3 come difendersi

l'unica difesa di cui disponiamo è il nostro cervello: ne segue che quando si accende una macchina, un *device* è indispensabile, come dicevo, accendere anche il cervello. Un altro efficace elemento di difesa può essere il vecchio adagio 'fidarsi è bene, non fidarsi è meglio': un po' di sano scetticismo non guasta. Infine può essere utile leggere il seguente divertente **articolo**.

## 5.2 Le opportunità

Acquisita consapevolezza delle insidie, non si può negare che il web può essere sfruttato come un'occasione di arricchimento personale, sia per la possibilità di accedere gratuitamente a risorse informative e formative immense, sia per la possibilità di interloquire con terzi su specifici argomenti di interesse comune, ma prescelti singolarmente. Mi sembra dunque assai riduttivo considerare il web come un luogo di perdizione e i *social* come luoghi virtuali ove riversare le proprie opinioni personali, le proprie frustrazioni e/o gli affari propri. Un atteggiamento del genere non coglie tutti i vantaggi disponibili, accentuando gli svantaggi che derivano prevalentemente dalle nostre paure di confrontarci.

Avere a portata di clic una vastissima gamma di informazioni non implica però essere in grado di fruirne adeguatamente e pone almeno i due seguenti

problemi: 1) l'affidabilità di quanto si trova scritto nel web; 2) la capacità di leggere e di capire quello che vi si trova scritto.

Si afferma che, oggi, nessuno legge e che tutti scrivono: ed è vero, almeno in larga parte.

D'altro canto, la possibilità di accedere al web è talmente diffusa, libera e invitante, almeno nel mondo occidentale, da essere divenuta ormai patrimonio di chiunque voglia cogliere questa opportunità. Ne segue che tutti siamo sottoposti alla tentazione di commentare una notizia, di esprimere il nostro punto di vista e, perfino, di addentrarci in questioni spesso complesse e non alla nostra portata. Nonostante ciò, non esitiamo a 'dire la nostra': così, relativamente alle questioni che non conosciamo, 'la nostra' non è nient'altro che l'espressione di un pre-giudizio a favore o contro una determinata opinione, una determinata questione, sicuramente largamente infondato per definizione.

A questa constatazione può seguire la conclusione che la nostra opinione sia inutile, data la pochezza delle nostre conoscenze. Io invece penso che, proprio essendo incontrovertibile la limitatezza delle nostre conoscenze, per ognuno di noi vi siano amplissimi margini di miglioramento, di apprendimento, con l'obiettivo di ridurre il peso dei pre-giudizi che ci attanagliano e che ci limitano nel conquistare una 'distanza di braccio' dagli eventi che ci circondano, per vederli meglio, per giudicarli in maniera più circostanziata e con maggiore buon senso invece che col senso comune.

L'enorme massa di informazioni disponibili che si rinnovano incessantemente pone tuttavia alcuni problemi non irrilevanti che è necessario mettere a fuoco.

Anzitutto, non avere consapevolezza di quanto accade dentro la macchina, il *device*, e per suo tramite quando si schiaccia un tasto, può esporre l'occasionale tastierista a diventare bersaglio di qualsiasi malintenzionato. Ad esempio, bisogna essere consapevoli che la lista di siti web che compare a video, a seguito di una ricerca tramite un qualsiasi motore di ricerca, non è casuale ma dipende dal prezzo pagato dall'amministratore del sito ricercato, affinché proprio quel sito compaia o non compaia fra i primi nell'elenco; non tenerne conto può esporre l'ignaro navigatore a soffermarsi sul primo sito elencato e ad avere spiacevoli sorprese. Oppure, non essere consapevoli che il risultato di una ricerca sulla versione italiana di Wikipedia è meno affidabile della medesima ricerca sulla versione in lingua inglese, può indurre l'ignaro ricercatore a prendere per oro colato quanto vi si trova scritto: la lingua italiana, infatti, è relativamente poco diffusa e quindi sono relativamente poche le persone che correggono gli errori e/o che scrivono le voci di Wikipedia.

I pochi esempi appena citati dovrebbero dunque attivare l'attenzione dei frequentatori del web per indurli a tenere presente che la miglior difesa di cui tutti disponiamo è la capacità critica del nostro cervello: quest'ultima si acquisisce con calma, informandosi, studiando e leggendo incessantemente per capire meglio con l'obiettivo di migliorare la nostra consapevolezza e la capacità critica sul mondo che ci circonda e che è ancora pieno zeppo di grandi misteri. Tenedo conto che l'informazione non è conoscenza.

Va segnalata infine anche la diffusa avversione verso i *social* per cui ci si rifiuta di disporre di un *account* Fb o Twitter perché 'non si vogliono scrivere sui *social* gli affari propri'. Segnalo che disporre di un *account* non obbliga nessuno a scrivere alcunché, ma consente a tutti di vedere cosa gli altri scrivono e, in particolare, di scegliere quello che determinate persone scrivono; cioè scegliere



chi seguire senza per questo essere obbligati a commentare o a chiedere l' 'amicizia'. Seguire, anche anonimamente, l'opinione di alcune persone prescelte autonomamente da ciascuno di noi può migliorare e affinare il nostro punto di vista intorno alle questioni che ci interessano.

### 5.2.1 *Networks* accademici

Relativamente all'ambito accademico dell'area delle scienze sociali si ricorda il *Social Science Research Network* (SSRN) e, con riferimento più specifico all'area economica, il *Research Papers in Economics* (REPEC).

Si tratta di piattaforme pubbliche internazionali ove i ricercatori (accademici e non) postano i loro paper per sottoporli al giudizio delle comunità scientifiche.

Ricordo che è anche disponibile l'app gratuita *Researcher*.