

# 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

13 gennaio 2021

## Indice

<b>1</b>	<b>Premessa: info fastidiose</b>	<b>2</b>
1.1	Tecnologie, costi e social networks . . . . .	2
<b>2</b>	<b>EGB: il gruppo 'segreto' su Fb</b>	<b>4</b>
2.1	Obiettivi ● . . . . .	4
2.2	Accesso . . . . .	4
2.3	'Amici' e followers . . . . .	5
2.4	Rifiuto dell' 'amicizia' . . . . .	6
2.4.1	Richieste di adesione per interposto 'amico' . . . . .	6
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 . . . . .	7
2.6	Abbandonare il gruppo . . . . .	7
2.7	Postare . . . . .	7
2.8	Commentare . . . . .	8
2.8.1	Suggerimenti operativi . . . . .	8
2.8.2	Invii di materiali e di avvertenze . . . . .	8
2.8.3	Commenti idioti e pisciatine . . . . .	9
2.9	Condividere ( <i>sharing</i> ) . . . . .	9
2.9.1	Come fare . . . . .	10
2.10	Leggere i <i>post</i> e i Commenti . . . . .	10
2.11	Altri suggerimenti . . . . .	10
<b>3</b>	<b>Il blog <i>Two Faces of Debt</i></b>	<b>11</b>
<b>4</b>	<b>LinkedIn, Twitter. YouTube</b>	<b>11</b>
<b>5</b>	<b>Web e social networks: insidie e opportunità</b>	<b>13</b>
5.1	Le insidie . . . . .	13
5.1.1	Le sindromi cognitive ● . . . . .	13
5.1.2	Privacy, anonimato, riservatezza ● . . . . .	13
5.1.3	Difendersi . . . . .	15
5.2	Le opportunità . . . . .	15
5.2.1	<i>Networks</i> accademici . . . . .	16

# 1 Premessa: info fastidiose

L'accesso ai *social* da parte di chiunque frequenti il *web* implica di regola la possibilità di scambiare opinioni con chiunque: non sfugge a questa logica la partecipazione a *Facebook* (Fb), uno dei social più diffusi, per cui credo sia utile sapere con chi si ha a che fare.

Nonostante sia sempre fastidioso leggere le istruzioni e le avvertenze allegate a qualsiasi *software* (*sw*) o *hardware* (*hw*), continuo a riproporre la lettura di questa Nota a chi decide di chiedermi l' 'amicizia' nel tentativo di migliorare la comunicazione.

Vi si accede cliccando sulla parola *INFO* che si trova sulla prima pagina del mio *blog*, cui si accede partendo dal *link* che compare fra le prime righe della colonna di sinistra della mia pagina Fb.<sup>1</sup>

Consiglio di consultare a video questo documento in modo da fruire delle potenzialità dell'ipertesto fornite da  $\backslash$ LaTeX, il sw che utilizzo: si possono così leggere solo le parti che interessano.

## 1.1 Tecnologie, costi e social networks

La tecnologia offre oggi anche l'importante opportunità della comunicazione interattiva per lo scambio di opinioni 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 dia-cronica: 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 (G. Carofiglio, *Con parole precise - breviario di scrittura civile*, Laterza, Bari 2015).»

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 (*Ibidem*).»

<sup>1</sup>Pur non avendo pretese di completezza, questa Nota viene aggiornata con una certa frequenza in base al miglioramento della mia conoscenza del *sw* e all'esperienza che maturo colloquiando con i miei interlocutori. L'esperienza iniziale deriva da quanto appreso in tempi lontani (inizio anni '90) dalla mia partecipazione alla *Città Invisibile*, arricchitasi nel tempo dalla lettura di *Essere digitali*, CED 1996, di N. Negroponte (regalatommi da Alberto Marella in occasione della sua laurea) e 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.

Non posso dunque che convenire sul fatto che «scrivere è un tratto fondamentale di una persona matura, anche e soprattutto ai tempi dell'Internet» (Fuggetta, 2018: 122).

La difficoltà di spiegarsi e di farsi capire resta comunque sempre in agguato e si accresce perché non è possibile visualizzare l'interlocutore per dedurre il contenuto effettivo di un'opinione postata. È per questo motivo che spesso ci si avvale delle *emoticon*, volte a stemperare e/o a rafforzare un'espressione scritta, a dare un parere sintetico (*like*, pollice verso, cuore, ecc.), per 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. *app* che consentono di utilizzare i social anche in mobilità (c. *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 della macchina via cavo; il più costoso è il collegamento on the road via 5G.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup>Il collegamento delle macchine al web avviene: a) via cavo, accedendo ad una rete di cavi più ampia (che terminano nel c. *cabinet*), oggi sostituiti da fibra ottica; b) senza cavi (*wireless*), utilizzando le onde radio per accedere al più vicino cabinet; 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 generalizzata in Italia, consentirà a molti soggetti simultaneamente di telefonare, di utilizzare i social, di pagare, di usare i televisori, di avvalersi dell'Internet delle cose (Iot, cioè *Internet of things*), 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 vecchia 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 della macchina.

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)

## 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, infatti, 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/o a discutere gli aspetti, anche tecnici, delle vicende finanziarie, monetarie e creditizie attuali che connotano i comportamenti dei soggetti che svolgono quelle attività o che se ne avvalgono.

Gli aspetti microeconomici e macroeconomici, di regola, vengono tralasciati non essendo alla mia portata. Va segnalato subito infatti, ed è utile tenerne conto, che io non sono un economista, ma un ragioniere; per cui cerco di osservare gli eventi economico-finanziari attraverso il loro impatto sul **vincolo di bilancio**. L'obiettivo diviene così quello di capire come gli eventi economico-finanziari modifichino il patrimonio delle aziende bancarie e finanziarie e del risparmiatore individuale privato per il tramite delle **quantità monetarie** che quegli eventi rappresentano e che trovano sintesi sul vincolo ricordato che riguarda il budget, ex-ante, e il bilancio, ex post.

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 secondo me interessanti e che spesso cito, anche postando materiali da lì ripresi, servono per allargare l'informazione e non per allargare i relativi commenti su questa pagina Fb o sul blog. I commenti postati sulla mia pagina, relativi a tali mie riprese, non vengono quasi mai letti dagli autori dei *post* originari per cui non generano risposte circostanziate che possono essere offerte dagli autori dei *post* originari ed è lì che andrebbero commentati.

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 *account* Fb, LinkedIn o Twitter 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'.

<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.

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, accordo 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 segnalarmelo in anticipo via Messenger;
- possibilità di verificare quali sono gli 'amici' comuni. Quando il numero di amici comuni si avvicina allo zero, tendenzialmente 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 avviene utilizzando 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 'riservata' dell'iniziativa.

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

### 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 continuamente 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 cognome effettivi.

### 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 auto-promozionali 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 non vanno mai postate in pubblico, ma vanno inviate via mail [[biffis@unive.it](mailto:biffis@unive.it)], ed eventualmente via Messenger la cui *chat* è di regola disattivata (viene attivata solo a seguito del ricevimento di un messaggio personale).

### 2.8.1 Suggerimenti operativi

- a. i commenti a un post, se troppo lunghi, possono risultare ostici: consiglio di spezzarli per argomento, eventualmente con un'interlinea, ovvero di 'andare a capo' (ALT+Enter);
- 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 non commentare con 'quello che passa per la testa', controllare le proprie pulsioni 'letterarie': le frasi dovrebbero essere chiare, precise, concise, incisive e comprensibili; eventualmente scrivere a parte un file .txt (usando il TextEdit) disponibile su tutte le macchine), curare l'italiano e l'ortografia e postarlo con un 'copia e incolla';
- d. evitare sottintesi e battute, difficilmente percepibili attraverso la messaggistica elettronica tanto che spesso vi si affiancano le emoticon per esplicitare meglio il proprio pensiero;
- e, ricordare che commenti brevi e precisi vengono letti, altrimenti se ne leggono poche righe;

### 2.8.2 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,

### 2.8.3 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 deve sapere che si auto-qualifica nei confronti di tutti gli aderenti e che non riceve risposta. Questi comportamenti sono propri dei conigli mannari che girano, più o meno 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 (*sharing*)

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', d'altra parte, è neutro: cioè la condivisione, pur non potendo che far piacere, non è detto che 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 come, 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 questo, che peraltro non riguarda l'amministratore della pagina in quanto destinatario dei commenti, 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 è tratto. Se proviene dalla mia pagina Fb, 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 condividerlo 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.

Es.: spesso anch'io 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, modifica addirittura il senso del post originario.

In precedenza bannavo chi copiava; in seguito ho finalmente 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 e i *browser*. Suggerisco 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, aprirlo 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 seguito 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 Altri suggerimenti

Per ridurre la complessità dell'interscambio di opinioni sarebbe molto utile appropriarsi della *netiquette* (più in dettaglio e in italiano *qui*) dove si imparano molte cose.

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;

Ricordo ai più *anziani* e cioè ai miei coetanei 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 ben consapevoli comunque 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.

A volte posto pezzi in inglese o in 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.

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 o che non hanno nulla da fare. 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.

Segnalo infine che non rispondo a commenti anonimi o firmati con *avatar* e che di fronte ad un post che non si condivide per niente e/o che ci innervosisce, è consigliabile non commentare di getto, come accade spesso anche a me, ma di spegnere la macchina e rinviare il commento di qualche ora. L'emotività 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 ha l'obiettivo di sottoporre a verifica critica la questione del Debito sotto due aspetti: quale faccia di una medesima medaglia (**vedi**) e quale variabile in grado di ricomporre l'eventuale rottura del vincolo di bilancio (v. *supra*, § 2.1).

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*

### 4 **LinkedIn, Twitter. YouTube**

A differenza di Fb, **LinkedIn** è 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.

Il celebre social **Twitter**, che ora consente 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 simile *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 degli scambi 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.

L'altrettanto celebre piattaforma **You Tube** che consente di caricarvi file multimediali precedentemente compilati e/o di utilizzarla per trasmettere 'in diretta', consente in definitiva 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 della Pandemia 2020.

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 dò 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. Confido nella capacità individuale di accedervi e di selezionare quello che ognuno preferisce.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup>Non mi pare trascurabile avvertire che la fruibilità di simili trasmissioni dipende dall'efficienza del collegamento di cui si dispone: 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. Se il collegamento si avvale del 4G la trasmissione è abbastanza fluide, ma sarà col 5G, che si otterrà la fluidità massima oggi raggiungibile per raggiungere i dati che risiedono nei *server* di YT. La fruibilità via bluetooth richiede invece che i file multimediali risiedano nella propria macchina. In quest'ultimo caso, dipenderà dallo spazio disponibile (i Giga disponibili) (v. *supra*, n. 2).

## 5 Web e social networks: insidie e opportunità

I social, 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, 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, ove chiunque può scrivere quello che vuole purché usi un linguaggio 'urbano'. Chi frequenta il web, tuttavia, dovrebbe essere sicuro e consapevole di almeno due gruppi di insidie: le *sindromi cognitive* e la *privacy*.

### 5.1 Le insidie

#### 5.1.1 Le sindromi cognitive •

Una delle più rilevanti insidie dei social è rappresentata dalle *sindromi cognitive*<sup>5</sup> che riguardano più o meno ciascuno di noi.

Voglio segnalare che, quando consultiamo il web per trarne le informazioni che ci interessano, dobbiamo essere consapevoli che la nostra capacità di farci un'opinione è 'viziata' da 'quello che sappiamo già' per cui tendiamo quasi automaticamente ad apprezzare solo le informazioni che ci danno ragione e a trascurare, fino a non vederle, le informazioni che ci danno torto. Questo limita l'aggiunta di informazioni addizionali a quanto 'già sappiamo', cioè ai nostri pre-giudizi; ci conforta e ci rassicura ma, se non abbiamo acceso il cervello, non aggiunge dosi di informazione addizionali volte al miglioramento della percezione dei fatti che osserviamo o all'informazione di cui già disponiamo.

#### 5.1.2 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*) e 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 e fortunatamente, i so più aggiornati pensano essi stessi ad avvertirci di accendere anche il cervello.

<sup>5</sup>Nonostante il significato molto preciso nell'ambito delle neuro-scienze, mi avvalgo di questo termine in modo del tutto arbitrario per riferirmi all'**analfabetismo di ritorno**, all'**analfabetismo funzionale**, ai '**neuroni specchio**', alla sindrome di **Dunning-Kruger** e a **Il capitalismo della sorveglianza** della prof. **S. Zuboff** da cui il noto aforisma '**se è gratis, il prodotto sei tu**'.

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*.<sup>6</sup>

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: se 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>7</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, di minori. Ad es. chi utilizza i sw gratuiti di messaggistica e ritrasmette foto e/o video di terzi ai propri contatti, dovrebbe evitare di esporre proprie informazioni 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 condividere.

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 pw o quello

<sup>6</sup>Sarà bene ricordare che ciò che si scrive sul web resta indefinitamente sui server degli ISP e che, 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.

<sup>7</sup>Per informazioni circostanziate, digitare la stringa <facebook+privacy> su qualsiasi browser.

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 ed essere consapevoli che noi cediamo gratis preziose informazioni sul nostro conto.

### 5.1.3 Difendersi

L'unica difesa di cui disponiamo è il nostro cervello: ne segue che quando si accende una macchina, è indispensabile, come dicevo, accendere anche il cervello.

Mentre, tuttavia, per difendere la propria privacy è possibile istruire la macchina adottando regole ad hoc e/o inserendo informazioni più o meno dettagliate sul proprio conto, per difendersi dai propri pre-giudizi è indispensabile vigilare sulle informazioni che si acquisiscono per ridurre la possibilità di cadere vittime di impostori e di soggetti che scrivono cose credendo di averle capite. Un efficace elemento di difesa consiste nel ricorrere al 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. Si dovrebbe cercare di resistere alla vanità che ci spinge 'a dire la nostra' sempre e comunque.

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 maggiormente circostanziata, con maggiore buon senso invece che con maggiore 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. Tenendo 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](#).