

Da Facebook a Meta

informazioni e appunti di Paolo Biffis (*versione stampabile*)*
le revisioni più recenti sono contrassegnate da ●
ringrazio chi segnala errori, cripticità, refusi e link obsoleti

Indice

1	Avvertenza	2
2	Fb: siamo tutti neofiti	2
2.1	Accedere e abbandonare il Contatto	5
2.1.1	Lei, Tu e titoli	6
2.1.2	'Amici' e followers	6
2.1.3	Chi viene bannato	6
2.2	Postare	7
2.2.1	Commentare	8
2.2.2	Condividere	9
2.2.3	Leggere i Post e i Commenti	10
3	I social network: insidie e opportunità	11
3.1	Le insidie	12
3.1.1	Le sindromi cognitive	13
3.1.2	La sconsiderata fiducia nel web. ●	13
3.1.3	Persuasori, occulti o palesi, col nostro appoggio ●	14
3.1.4	Anonimato, privacy, riservatezza	16
3.1.5	Il tormentone delle <i>password</i> ●	18
3.1.6	'Se non paghi, il prodotto sei tu' ●	19
3.1.7	L'immersione ●	24
3.2	Come difendersi	24
3.3	Le opportunità.	25
3.3.1	Network accademici	26

*Il documento è lungo; scaricarlo per leggerlo a video e fruire dell'ipertesto, cliccando sulle parole o frasi colorate, oppure stampare le parti che interessano. Si è utilizzato il sw **L^AT_EX**.

4	LinkedIn, Twitter, You Tube	26
5	EGB: un Gruppo •	27
5.1	Obiettivi	28
6	Two Faces of Debt, il blog	28
7	Metaverso •	29
7.1	Le applicazioni	31
7.2	Il Metaverso di Mark Zuckerberg e le Meta Platform	33
7.2.1	Le insidie	34

1 Avvertenza

Questa Nota è molto lunga perché è stata redatta con l'intento di privilegiare la lettura e/o la stampa delle sole parti che interessano. Le opportunità dell'*ipertesto* si sfruttano leggendola a video.

È divisa in tre parti:

- i) **Fb. . . .**, un 'quasi-*disclaimer*' ove segnalo che ritengo rilevante che chiunque frequenti un *social media* debba essere informato sugli interlocutori con i quali scambierà opinioni;¹
- ii) **Two Faces of Debt**, un breve riferimento a un blog che cerco di alimentare con una certa fatica (v. *ultra*, § 6);
- iii) **Meta. . . .**, ove riassumo quanto ho fin qui capito di come Mark Zuckerberg interpreti Metaverso, il più recente sviluppo del Web 3.0 (v. *ultra*, § 7).

2 Fb: siamo tutti neofiti

L'evoluzione delle *piattaforme*² sulle quali sono montati i social è così veloce da renderci tutti più o meno neofiti: chiunque abbia sperimentato l'utilizzo

¹A differenza di una bocciofila, ove i frequentatori si conoscono e si riconoscono, nel *web*, nella *rete* (v. *ultra*, n. 18), ciò non accade necessariamente. Inoltre, come si può osservare ad esempio in questo social, si parla un po' a vanvera di 'amicizia' mentre credo sarebbe preferibile parlare di 'contatto': userò i due termini come sinonimi.

²Cioè l'insieme di *hardware* (*hw*) (ogni supporto fisico: macchine, o dispositivi, o *device*, cioè computer, tablet, smartphone, microchip, schede, schermi, tastiere, mouse, ecc.) e di *sistema operativo* (*so*). Il *so*, è il *software* (*sw*) indispensabile per far funzionare i *device* in un determinato modo e poggia a sua volta su supporti fisici: i *microchip* (circuiti integrati) inseriti, a loro volta, su di un supporto fisico (la *scheda madre*). I microchip contengono un *sw*, il *BIOS* (*Basic Input-Output*

di un computer e/o di uno *smartphone* di ultima generazione è consapevole della continua necessità di modificare i propri comportamenti operativi per continuare a raggiungere i risultati comunicativi che ci si era prefissi: si pensi all'ultimo *sw* arrivato in casa Zuckerberg, **Metaverso** (v. *ultra*, § 7). Ne segue l'impossibilità di fissare modalità di fruizione generali.

In realtà sarebbe utile e necessario conoscere i fondamenti della comunicazione via web a partire dalla *netiquette* (v. in **italiano**), cioè delle convenzioni internazionali messe a punto a suo tempo dagli esperti, cui hanno fatto seguito, negli ultimi trent'anni, il miglioramento di alcuni aspetti e l'obsolescenza di alcuni altri. L'evoluzione dei *software* (*sw*) e delle macchine (dei dispositivi, dei *device*) è tale da richiedere continui aggiornamenti acquisibili consultando i manuali, reperibili anche in libreria, ma soprattutto in rete e gli *help* che accompagnano sistematicamente i *sw*. Le innovazioni che vengono introdotte è uno dei motivi per cui questo documento è soggetto a continue revisioni fondate su quanto io stesso capisco e riesco ad aggiornarmi.

Come è noto, il titolare di un *account* su di un social,³ ne è anche l'amministratore: fruisce cioè di una schermata (spesso denominata *wall* o 'pagina'), che comprende le informazioni personali che costui rende autonomamente di pub-

System) che si collega con il *so* contenuto nella scheda madre, cosicché la coppia BIOS - *so* attiva il *device* e consente poi di far funzionare i *sw* montati successivamente per rispondere alle esigenze degli utenti finali come il sottoscritto. I *so* sono stati generati da quattro grandi 'famiglie' di inventori che si sono appoggiati ai produttori di macchine esistenti (IBM, o IBM-compatibili) o nuove (Macintosh):

i) **Windows** di proprietà della Microsoft (generato dal MS-Dos inventato da Bill Gates) montato fin dall'origine su macchine della IBM, vendute già equipaggiate;

ii) **Unix**, inventato dai Bell Laboratory della AT&T, poi sviluppato all'Università di Berkeley (**BSD**), poi dalla Apple di proprietà di Steve Jobs, montato su macchine ad hoc, denominate Macintosh, poi Mac (OSX e OS), vendute già equipaggiate;

iii) **Linux**, elaborato da Linus Torwald (da cui il nome) che, mediando fra i due precedenti *so*, ha generato diversi altri *so*, denominati *distribuzioni* (alias, *distro*), che possono essere montati, anche a scelta del compratore, su qualsiasi macchina. Oggi si vendono macchine già equipaggiate con la *distro* **Ubuntu**;

iv) **GNU** (Gnu's Not Unix) ideato da **Richard Stallman** e sponsorizzato dalla **Free Software Foundation**, allo scopo di ottenere un completo *so* fondato su *sw* libero. Il *so*, tuttavia, non è ancora pronto per la distribuzione.

A differenza dei primi due (detti *so* *proprietary*), le *distro* appartengono al *sw* **libero** e **open source**, cioè, il loro 'codice sorgente' è di pubblico dominio e quindi modificabile da chiunque sappia 'metterci le mani', e **libero**, cioè le nuove realizzazioni possono essere vendute dietro corrispettivo purché ne venga mantenuta la condizione *open source*.

I *so* installati sui *device* mobili sono invece:

a) iOS per i soli *device* della Apple (iPad, iPhone e iWatch);

b) Android (di derivazione Linux) sugli altri.

³Nel 2020, i più diffusi erano, nell'ordine: Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, YouTube, Pinterest, Snapchat, WhatsApp, TikTok, Telegram, (**vedi** per Paese).

blico dominio (v. *ultra*, § 3.1.4) e che ha la facoltà di utilizzarla come preferisce: può pubblicare (o: 'postare', come si dice) contenuti (scritti e/o file multimediali) per promuovere se stesso, qualche idea, qualche iniziativa; inoltre, pur senza postare, può seguire liberamente e autonomamente i contenuti (i *post*) di chiunque altro disponga di un account su quel social per curiosità, per interesse, per capire cose, per trarre informazioni, per curiosare, per disturbare (*trollare*) e per mille altri motivi: può farlo sia in silenzio (cioè senza commentare), sia riservatamente (cioè senza richiedere il 'contatto' all'amministratore, ma non è il mio caso: v. *ultra*, § 2.1).

Fra i possibili utilizzi della propria pagina vi è anche quello più rischioso: proporsi come 'opinionista': ciò accade perché, postando le proprie opinioni, non è vero che esse risultino visibili solo ai propri contatti, ma possono essere di pubblico dominio, cioè visibili da tutti coloro che dispongono di un account su quel social. Il rischio risiede dunque nel coprirsi di ridicolo, postando le proprie opinioni. Non si dovrebbe sottovalutare la possibilità, infatti, di postare opinioni cervellotiche, approssimative e, a volte, addirittura demenziali: è un rischio che corrono tutti coloro che, non solo pensano di essere invisibili o visibili solo dai propri 'amici', ma pensano anche di poter dire qualsiasi cosa passi loro per la testa (v. *ultra*, § 2.2.1).

Per avere una sensazione di questo rischio, può essere utile leggere i promemoria con i quali Fb stesso richiama quanto scritto, ad esempio, l'anno prima: questa iniziativa mi sembra molto utile perché consente di confrontare quanto si è cambiata opinione nel giro di un solo anno e quante sciocchezze possono essere state postate solo un anno prima. La quantità di soggetti che si nascondono dietro l'anonimato (v. *ultra*, § 3.1.4) per trollare, o per sparare idiozie, dà la sensazione di quanti siano coloro che evitano di correre questo rischio, ma che non esitano ad esprimere il proprio punto di vista.

Per rendere un po' più riservate le proprie opinioni, l'amministratore può oggi agganciare, alla propria schermata di pubblico dominio, *storie*, *stanze* e *gruppi* per trattare qualche argomento specifico assieme ad un gruppo selezionato di 'amici'. Nel mio caso, alla pagina pubblica è agganciata una pagina riservata a chi mi ha chiesto il contatto: il gruppo EGB (*Economia e Gestione della Banca*, v. *ultra*, § 5). L'invito ad accedervi viene inviato immediatamente dopo che è stato accettata l'"amicizia".

Al di là di questi appunti, mi sembra abbastanza importante avvertire dell'utilità di tenersi aggiornati, soprattutto in materia di *privacy* (v. *ultra*, § 3.1.4) anche se spesso i siti web sono criptici, compresi quelli gestiti dalle piattaforme ufficiali. A questo scopo, e a mero titolo di esempio, io mi avvalgo del seguente *sito* che copre le piattaforme più diffuse.

2.1 Accedere e abbandonare il Contatto

A differenza dei contenuti postati sulla pagina 'base', il *wall*, quella del mio profilo, di *default* visionabile dal pubblico indifferenziato, i contenuti postati sul Gruppo⁴, sono riservati a tutti i miei Contatti. L'accesso al Gruppo, però, non è automatico ma viene reso possibile singolarmente per ogni Contatto richiesto e accettato. Per contemperare l'esigenza di estendere l'accesso agli interessati e mantenere la professionalità con la quale si vorrebbero affrontare gli argomenti, accordo automaticamente l' 'amicizia' alle seguenti condizioni:

a) esistenza di un profilo con i dati anagrafici effettivi (nome e cognome), rendendo così possibile una verifica; chi desidera utilizzare un *nickname* è invitato a segnalarmelo in anticipo;

b) possibilità di verificare quali sono gli 'amici' comuni. Quando il numero di amici comuni si avvicina allo zero, tendenzialmente la richiesta viene rifiutata, a meno che io non sia stato contattato preventivamente.

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 del Contatto segue l'invito, recapitato via Messenger, a consultare questo documento. Tuttavia, se il richiedente non lo utilizza, l'invito cade nel vuoto, per cui dopo alcuni giorni *banno* il richiedente (v. *ultra*, § 2.1.3). Accettata l' 'amicizia', dopo pochi secondi si viene inseriti nel Gruppo: si ottiene così l'accesso al profilo degli altri componenti che possono consultare il profilo del nuovo contatto, limitatamente ai dati che ciascuno ha ritenuto di rendere pubblici secondo le impostazioni di *privacy* individualmente prescelte. In proposito, consiglio di utilizzare un profilo con informazioni personali limitatissime (v. *ultra*, § 3.1.4).

A volte, le richieste non possono essere evase: ad es. quando il richiedente ha fissato il numero massimo di 'amici' accettabile. In tal caso, segnalo l'impossibile accettazione. Altre volte, alcuni miei contatti chiedono l' 'amicizia' per conto di loro contatti: per questo, non posso che esprimere gratitudine. Tuttavia, troppo spesso mi è capitato di aderire a questa iniziativa sentendomi rispondere di violare la *privacy*, di non saperne nulla, ecc. Ho pertanto deciso di non aderire a proposte su iniziativa dei miei contatti, ma solo su iniziativa diretta degli interessati. Il che salvaguarda anche dalla circostanza che nessuno controlla i contatti dei propri contatti.

⁴Nella terminologia di FB, un Gruppo è *nascosto* nel senso che è reperibile solo dai suoi componenti e non da tutti gli 'amici'. Nel mio caso non è così.

Quando lo si desidera, per cancellare il Contatto attivare le relative funzioni disponibili nella piattaforma. Per scambi in privato col sottoscritto, usare Messenger o mail [biffis\[at\]unive\[dot\]it](mailto:biffis[at]unive[dot]it).

2.1.1 Lei, Tu e titoli

Quando si interloquisce sui social, penso sia preferibile abolire tutti i titoli (di studio, accademici, nobiliari, ecc.), compresi Signor e/o Signora che mi sembrano ridondanti; preferirei il Nome-Cognome oppure anche il solo Nome.

Tuttavia, adottando questo atteggiamento, mi sono sentito rimproverare di non tenere conto del titolo del mio interlocutore ('non sa chi sono io!'). Da allora mi comporto come segue: alla richiesta del contatto, parte l'invito 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' unito a Nome Cognome; infine, si può passare al solo Nome, a meno che, nei *thread* più lunghi e articolati, non si complichino il riconoscimento dei destinatari dei commenti. Nei miei confronti, invece, accetto fin dall'inizio 'il Tu'.

2.1.2 'Amici' e followers

Segnalo che i follower non dovrebbero poter leggere i contenuti postati nel Gruppo che, di *default*, sono riservati agli 'amici' e che chi si aggrega autonomamente come 'amico': cioè senza la richiesta di contatto, non ha accesso al Gruppo.

Un altro elemento non trascurabile da ricordare riguarda il numero di 'amici' e di followers. Questi numeri comprendono tutti gli 'amici' e tutti i follower, sia che frequentino saltuariamente o continuativamente la pagina, sia che non la frequentino più e/o che sia stata visitata in passato, fino a quando costoro non decidono di cancellarsi. Si tratta dunque di indicatori fallaci per cui affermare che si hanno *n* 'amici' e/o follower, non ha quasi alcun significato. In proposito, ho osservato che attualmente viene conteggiato e appalesato il numero di accessi ai post del Gruppo, ma non quello degli accessi ai post comparsi sul profilo pubblico. Ho così la prova che coloro che visualizzano i miei post sul Gruppo rappresentano un multiplo molto elevato dei pochissimi che vi lasciano un pur minimo segnale (un *like* o una *emoticon*).

2.1.3 Chi viene bannato

Viene bloccato chi non appare interessato a questa iniziativa, e cioè chi:

a) non visualizza questo documento: accade spesso che il nuovo 'amico' non si appropri del documento, cosa che posso rilevare dal Messenger che mi avverte

se ciò accade. Per ridurre la quantità di inutili curiosi e perdi-tempo, blocco tutti coloro che, entro una decina di giorni, non visualizzano questa Nota;

b) approfitta per postare sul mio muro interventi ingiustificati, provocatori o inutili pisciatine per testimoniare la propria presenza a mero scopo autopromozionale o provocatorio, ovvero richiedono l'approvazione per post con contenuti scarsamente compatibili con gli obiettivi del Gruppo;

c) aggrega il sottoscritto a gruppi politici, religiosi, civili, ecc.; ovvero postano offerte di qualsiasi genere;

d) questuanti vari;

e) si aggrega autonomamente come 'amico'.

2.2 Postare

Chi intende postare autonomamente sul Gruppo deve ottenere l'approvazione dell'amministratore.

La si può dare per scontata anche se, materialmente, non può essere concessa in 'tempo reale' perché dipende dai miei 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 anche *on the road*, così lo scambio di informazioni è quasi immediato. Invito a postare solo contenuti 'informativi'; eventuali contenuti 'formativi' dovrebbero migliorare quelli postati nel blog (v. *ultra*, § 6).

Ovviamente, trattandosi di un wall personale, mi riservo di negare l'approvazione per post troppo in contrasto col mio punto di vista, per post banali o ridondanti o che, a mio giudizio, non consentano di fare dei 'passi avanti'. Fb non è attrezzato, purtroppo, con un elenco indicizzato dei temi trattati (come avviene su di un blog), il che implica che trovare un vecchio post relativo ad un argomento è molto macchinoso.

Invito tutti ad evitare di inviarmi contenuti di qualsiasi genere comprese le segnalazioni di insidie che circolano nel web per le quali andrebbe, dapprima, verificato, (**qui** e **qui**), che non si tratti di bufale.

Tutti comunque sono invitati ad aprire dei *thread* in linea con gli obiettivi sopra segnalati: 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 e anche per capire che nessuno ha LA soluzione definitiva. Si tratta di cercare di confrontarsi e di trarre conclusioni, sempre temporanee, sempre discutibili e mai definitive. Le opinioni espresse anche in questa sede, benché ponderate nei limiti del possibile, non sono verità incontrovertibili ma punti di vista.

In sintesi, l'intendimento non è quello di fare proseliti.

2.2.1 Commentare

Uno dei vantaggi dei social è l'interlocuzione diacronica:⁵ la risposta ad una affermazione può essere dilazionata e può, addirittura, essere omessa.

Vi è dunque l'opportunità di cercare di centrare l'argomento cui rispondere, di pensare la risposta, di pesare le parole e di comporla poi correttamente, evitando di scrivere 'di getto' e di farsi sopraffare dalle emozioni. 'Di getto', si dovrebbe scrivere 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 per trattare temi precisi, spesso complessi, e che quindi non dispongono di risposte semplici.

Purtroppo, il controllo sociale ci impedisce spesso di intervenire (e perfino di inserire un like): penso si perda l'occasione di imparare un'abilità che in futuro potrebbe essere sempre più utile. Bisognerebbe tentare di superarsi, di imparare a sintetizzare, di non avere paura di sbagliare e di sfidare questo 'controllo sociale' che ci riduce quasi a conigli o a invertebrati: postare dunque il proprio punto di vista sempre con garbo, pur tenendo presente che commenti e like sono visionabili da chi ne ha titolo ed è in contatto.

Nel segnalare che gli 'amici', i miei contatti, sono ospiti dell'amministratore, il quale vorrebbe discutere di lupi e di agnelli, di pastori e di pifferai magici, di pecore e di capre, di Pinocchi, di Fate Turchine, di grilli parlanti, di gatti, di volpi, di corvi, ecc., ricordo ai più anziani, cioè ai miei coetanei, che quasi nessuno è mai riuscito a spiegare ai più giovani come si vive, per cui mi sembrerebbe ragionevole astenersi dal raccontare vicende personali ed evitare di ricordare 'i bei tempi andati', cercando invece di 'guardare avanti' per prospettare soluzioni. Non andrebbe dimenticato, fra l'altro, che i tentativi di 'mettere le braghe al mondo' si susseguono da alcuni millenni e che il nostro tentativo è solo quello di cercare di capire qualcosa in più, esprimendo civilmente il nostro punto di vista e non certo di vincere una battaglia fra sedicenti Titani 'de noantri'. Per cui:

a) se il post che si vorrebbe commentare solleva questioni poco precise (il che è sempre possibile), sarebbe preferibile chiedere un chiarimento invece di commentare direttamente;

b) di fronte ad un post che non si condivide per niente e/o che ci innervosisce, è consigliabile evitare di commentare 'di getto' (come accade spesso anche a me), ma spegnere la macchina e rinviare il commento di qualche ora. L'emotività e l'impulsività sono nemiche di scambi di opinioni ove l'obiettivo è quello di confrontarsi e non quello di 'avere ragione';

⁵ Diversamente dalla comunicazione interattiva sincronica, come quella telefonica ove lo scambio di opinioni è immediato, quella diacronica prevede che lo scambio possa, addirittura, non avvenire e che comunque possa essere dilazionato nel tempo: in tal caso è possibile riflettere prima di rispondere, misurare le parole ed essere più precisi.

c) chi vuole lasciare il segno sul mio muro, postando un commento poco urbano, deve sapere che si auto-qualifica nei confronti di tutti gli altri aderenti e che quindi non riceve risposta. Questi comportamenti sono propri dei conigli che girano per il web, più o meno anonimamente e dei quali è impossibile liberarsi: forse sarebbe utile bloccarli, ma ci si priverebbe di amenità impareggiabili:

d) commenti *brevi e precisi* vengono letti, mentre si leggono poche righe di quelli *troppo lunghi* che possono risultare ostici (sarebbe preferibile spezzarli 'andando a capo' [ALT+Enter], eventualmente inserendo un'interlinea); quelli *ripetitivi*, infastidiscono; quelli con *sottintesi e 'battute'*, sono difficilmente percepibili nella messaggistica elettronica, tanto che spesso vi si affiancano le *emoticon* per esplicitare meglio il proprio pensiero;⁶.

e) evitare di 'allargarsi' e argomentare in modo strettamente pertinente; commenti laterali, o che non c'entrano per niente con l'argomento iniziale, infastidiscono e possono dare la percezione che non si è letto, o che non si è capito il post; evitare anche interventi generici, o da bar Sport, che 'lasciano il tempo che trovano';

f) cercare di non scrivere 'quello che passa per la testa', tenendo a freno le proprie propensioni 'letterarie': le frasi dovrebbero essere chiare, precise, concise, incisive e ben comprensibili; eventualmente, per una migliore esplicitazione del proprio punto di vista, scrivere a parte un file .txt (usando il *sw* TextEdit, disponibile gratuitamente su tutte le macchine), postando infine con un 'copia e incolla';

g) non rispondo a commenti anonimi o firmati con *avatar*;

2.2.2 Condividere

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 anche determinate scelte individuali.

Il termine 'condividi', d'altra parte, è neutro. E non è quindi detto che la condivisione, per quanto possa far piacere, indichi sempre un apprezzamento dato che può significare anche il contrario, soprattutto quando non è seguita da un commento ad hoc. Rappresenti o meno un apprezzamento, la condivisione è comunque un modo per iniziare o chiudere uno scambio di opinioni, se non una discussione o magari una mera presa d'atto di una posizione, di un punto di vista. Così come, oggi, a seguito della diffusione e dell'ampliamento delle *emoticon*, porre un 'like' indica soprattutto un segnale di 'presa visione' più che un apprezzamento. Anzi, un 'like' può anche essere una sottile presa in giro.

⁶Per i più *curiosi* e per chi vuol capire 'cosa c'è dietro'.

A parte questo, che peraltro riguarda solo l'amministratore 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, data la velocità di trasferimento delle informazioni, le semplificazioni del linguaggio e, in sintesi, l'affermarsi della bassa risoluzione (M. Mantellini, *Basa risoluzione*, Einaudi, Torino 2018) potrebbe essere ritenuta una questione di basso profilo, di lana caprina. Io invece considero poco civile appropriarsi direttamente di un link senza citare la fonte da cui è tratto.

Se proviene dalla mia pagina Fb, ad esempio posso vedere chi e che cosa condivide. Infatti, quando si 'condivide' un post dell'amministratore, quel medesimo post compare sulla pagina di chi ha deciso di condividerlo e l'amministratore stesso ne ha comunicazione automatica consentendogli così di accedere alla pagina Fb di colui che ha condiviso qualcosa e di osservare anche come è stata qualificata la ripresa del post stesso. La rapidità che si ottiene condividendo un post è certo impareggiabile, tuttavia bisognerebbe tenere conto che, con questa azione, ci si appropria del lavoro altrui. Creanza vorrebbe, invece, che se ne appalesasse la fonte.

Ad esempio, molto spesso anch'io riprendo articoli tratti da pubblicazioni reperite nel web e cerco anche sempre di citarne 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 quindi almeno testimoniata.

Vi è tuttavia un altro caso più irritante, ed è quello in cui un post dell'amministratore comprenda un suo personale commento: 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 plagiava; in seguito ho finalmente capito che non si può insegnare la creanza.

2.2.3 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 per chi legge in quel momento, dando così prova all'amministratore di postare cose che interessano a qualcuno. Per tale ragione i commenti costituiscono un buon indicatore dell'interesse suscitato. Ma leggere anche i commenti, oltre ai post, può diventare non solo oneroso, ma talvolta anche molto oneroso. Tuttavia lo sforzo richiesto per leggere anche i Commenti può essere compensato dall'apprendimento di punti di vista diversi, per maturare un'idea o un punto di vista maggiormente articolato sia sull'autore sia sui suoi follower.

A volte posto anche pezzi in inglese o in francese che possono risultare ostici, soprattutto se si è un po' arrugginiti sull'uso della lingua straniera. Ricordo comunque che esistono il traduttore di Google (che mi sembra abbastanza efficiente) e una app (Translate).

3 I social network: insidie e opportunità

«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 [...] 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*, Laterza, Bari 2015).⁷

«Scrivere è un tratto fondamentale di una persona matura, anche e soprattutto ai tempi dell'Internet» (A. Fuggetta, *Cittadini ai tempi di internet*, F. Angeli, Milano 2018), quando la comunicazione interattiva diacronica (v. *supra*, n. 5) mi pare costituisca una notevole opportunità resa possibile dalla tecnologia: questo è il motivo che mi ha spinto, oltre una decina di anni fa, verso il blog, Fb e il gruppo EGB.

La difficoltà di spiegarsi e di farsi capire resta comunque sempre in agguato: dedurre il contenuto effettivo di un'opinione postata, inoltre, si accresce perché non è possibile visualizzare l'interlocutore. È principalmente per questo motivo che spesso ci si avvale delle *emoticon*, volte a stemperare e/o a rafforzare un'espressione scritta, ad esprimere un parere sintetico (like, pollice verso, cuore, ecc.), per dare espressione maggiormente puntuale alle frasi che si leggono a video, spesso scritte in fretta e non rilette, quasi nel timore che il collegamento venisse a mancare improvvisamente.

Un'altra rilevante questione riguarda la macchina che si utilizza.

L'uso intensivo degli smartphone, infatti, tende a soppiantare i computer per cui si sono largamente diffuse le c. *app* che consentono di utilizzare i social anche in mobilità (c. *on the road*). Ma l'evoluzione delle macchine implica anche l'evoluzione delle piattaforme sulle quali sono montate e che quindi richiedono

⁷Si tratta sostanzialmente dello 'scambio di parole' (C. Levi-Strauss *Antropologia strutturale*, Il Saggiatore, Milano 1966, ristampa.).

continui aggiornamenti dei *sw* e pure delle stesse *app*. Ne consegue che utilizzare i social, tramite una macchina o l'altra, richiede molteplici attenzioni di diversa natura e diverrebbe necessario impraticarsene per evitare di commettere ingenuità che potrebbero dar luogo a poco piacevoli effetti.

3.1 Le insidie

I social offrono dunque l'opportunità di interagire con un numero indeterminato di persone, a seconda degli interessi di ciascuno che fungono da aggregatori e la possibilità di accedere al web e ai social 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 sempre alla nostra portata. Tuttavia, non esitiamo a 'dire la nostra' spesso senza renderci conto che, 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 o una determinata questione, sicuramente largamente infondato per definizione: sarebbe dunque preferibile cercare di resistere alla vanità che ci spinge ad intervenire sempre e comunque.

D'altra parte, sia l'enorme massa di informazioni disponibili sul web, sia la rilevanza dei social nelle società odierne, sia l'enorme quantità di opinioni scarsamente circostanziate che si possono facilmente reperire non disgiunte dalla vanità di cui siamo vittime, pongono alcuni problemi non irrilevanti, che penso sia utile riassumere perché chiunque può scrivere sul web quello che vuole, purché usi un linguaggio 'urbano': mi sembra che questa libertà di opinione, di espressione pubblica, ponga anzitutto al lettore la necessità di essere consapevole almeno dei seguenti gruppi di insidie:

- le sindromi cognitive;
- la sconsiderata fiducia nel web;
- i persuasori, occulti o palesi, col nostro appoggio;
- la privacy e la riservatezza;
- la sottovalutazione delle password;
- l'incredibile gratuità delle piattaforme;
- l'immersione.

3.1.1 Le sindromi cognitive

Le 'sindromi cognitive',⁸ come è noto, riguardano ciascuno di noi e ci colpiscono quando consultiamo il web per trarne ciò che ci interessa: avere a portata di clic una vastissima gamma di informazioni però non implica che siamo sempre in grado di fruirne adeguatamente e pone almeno le seguenti rilevanti questioni:

1. *la capacità di capire quanto si legge*: dovremmo allora essere consapevoli che la nostra comprensione di quanto si legge è 'viziata' (cioè condizionata e filtrata) da quanto già sappiamo, per cui tendiamo quasi automaticamente ad apprezzare solo le informazioni che ci confermano nelle nostre opinioni (cioè che ci danno ragione) e a trascurare invece le altre (cioè quelle che ci danno torto), fino a non vederle. Senza che ce ne rendiamo conto, si riduce così di fatto l'aggiunta di informazioni a quanto 'già sappiamo', cioè vengono alimentati e non ridotti i nostri pre-giudizi: il che ci conforta, ci rassicura, ci tranquillizza ma, se non abbiamo acceso il cervello, non si aggiungono dosi di informazioni addizionali per migliorare la nostra conoscenza, cioè la nostra percezione dei fatti che osserviamo, per non parlare delle difficoltà di modificare, a ragion veduta, le opinioni di partenza.⁹
2. *l'affidabilità di quanto si trova scritto nel web*: l'affermazione: «oggi nessuno legge ma tutti scrivono» appare un po' eccessiva ma, almeno in larga parte, condivisibile e induce ad accentuare l'attenzione sugli Autori dei post per ricordare che nessuno si improvvisa conoscitore di qualcosa per poterne, non solo parlare, ma addirittura scrivere. Sembra dunque utile monitorare chi scrive, privilegiando gli 'esperti'. Costoro sono riconoscibili perché scrivono su argomenti specifici e circostanziati, evitano improbabili generalizzazioni fondate su esperienze individuali nonché affermazioni apodittiche, affrontano le questioni in maniera dettagliata cercando di osservarle da diversi punti di vista, di regola dispongono di un curriculum 'non gonfiato' e ostensibile, si avvalgono del parere di altri esperti e citano le fonti sulle quali fondano le loro opinioni, i loro punti di vista.

3.1.2 La sconsiderata fiducia nel web. ●

Fra le insidie più facili da fronteggiare vi sono quelle che dipendono dalla nostra sconsiderata fiducia su quanto si trova scritto nel web. Come è noto, per

⁸Nonostante il significato molto preciso nell'ambito delle neuro-scienze, mi avvalgo di questo termine del tutto arbitrariamente per riferirmi all'**analfabetismo di ritorno**, all'**analfabetismo funzionale**, ai '**neuroni specchio**' e alla sindrome di **Dunning-Kruger**.

⁹A proposito di pregiudizi dei quali tutti siamo vittime, più o meno consapevoli, può essere utile esemplificare come possiamo riconoscere tratti di **analfabetismo funzionale** anche in noi stessi prima che nei nostri interlocutori (grazie al prof. **Dario Bressanini**).

frequentare la rete ci si avvale di un *browser*¹⁰ il quale, utilizzando un *motore*,¹¹ cerca di rispondere alle nostre domande.

Cioè, il motore (es. Google) può essere rappresentato come un *server* che contiene un *database distribuito* su più computer al quale si accede tramite un *browser* (es. Mozilla Firefox) che può essere rappresentato come un *client* che interroga il database. Il risultato dell'interrogazione consiste in alcune schermate che tendono ad 'indirizzare' a quelle *url* che dovrebbero consentire l'accesso ai siti con i contenuti ricercati. Quando, ad es., si cerca la mèta di un viaggio in auto, le schermate contengono le mappe stradali che ci agevolano nell'individuare il percorso più o meno breve e/o trafficato; analogamente, quando si cerca di controllare se un volo è in orario, le mappe lo localizzano 'nel cielo' e ci offrono l'informazione.

3.1.3 Persuasori, occulti o palesi, col nostro appoggio •

Il *database* che funge da server per le nostre ricerche sul web, tuttavia, non è neutro e, se non si presta la dovuta attenzione, è possibile che la schermata iniziale, ad esempio, non indirizzi direttamente all'url con i contenuti che si cercano. Ciò può accadere per diversi motivi: la nostra domanda è stata mal formulata, il sito web che cerchiamo non è stato 'ottimizzato' per il browser che stiamo utilizzando, oppure perché al sito che cerchiamo è stato 'sovrapposto' un altro sito web il cui amministratore ha verosimilmente pagato l'opportunità di comparire in testa all'elenco che osserviamo, ecc.¹²

Inoltre, 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 trova scritto. La lingua italiana, infatti, è relativamente poco diffusa e sono dunque relativamente poche le persone che correggono gli errori e/o che scrivono le voci di Wikipedia. In ogni caso, nulla va preso per oro colato, ma solo come 'prima informazione'.

Quando si consultano le notizie che compaiono gratuitamente (v. *ultra*, § 3.1.6) su Google News, non credo sia consigliabile considerare 'neutra' quel-

¹⁰I più noti sono Google Chrome, Mozilla Firefox, Internet Explorer, Onion, Opera, Safari; vengono spesso raccomandati dai *so* e, a volte, anche dalle istituzioni.

¹¹Nel 2017, i motori di ricerca più utilizzati sono stati: Google, Bing, Baidu, Qwant, Yandex, Ecosia, DuckDuckGo. Il più diffuso continua ad essere ancora Google.

A proposito di Google può essere interessante notare la difficoltà di distinguere Google dal browser (Google Chrome), dalle mappe (Google Maps), da Google Translate, da Gmail, ecc. Ciò dipende dalla stretta commistione fra i *servizi* offerti dalla società Google LLC.

¹²Provare per credere: digitare su di un browser «voli ryanair»: si osserverà che non compare immediatamente il sito ufficiale di Ryanair, ma siti che vi si sovrappongono offrendo, ma facendosi pagare, il medesimo servizio reperibile sul sito ufficiale.

l'informazione: non è neutro l'ordine che elenca le notizie, né la completezza delle news, né la loro importanza relativa. Ogni elenco, infatti, è costruito in base a determinati criteri che, di regola, non conosciamo perché non sono esplicitati. In realtà, dunque, il motore ci dà in pasto (*feed*) quello che decide lui, il che difficilmente corrisponde a quanto decidiamo noi di sapere.

Esempio: se dobbiamo ordinare i libri della nostra biblioteca, prima di iniziare dobbiamo decidere quale criterio, quale metodo adottare: per ordine alfabetico di Autore? di Disciplina? di Casa Editrice? In ordine di dimensione dei libri? di colore della costola? ecc. Un metodo è quello di mixare i criteri: ad esempio mixare Disciplina e Autore ma, mentre è agevole pensare all'ordine alfabetico per Autore, con quale successione si ordinano le Discipline? Arte prima di Economia, a sua volta prima di Storia? Probabilmente dipende dai nostri specifici interessi, gusti, competenze, se desideriamo averli più o meno sottomano, ecc.. Come ben si capisce ordinare i libri non è semplice, tanto che per disporre di un metodo si è selezionata una disciplina ad hoc (la Biblioteconomia) che affronta questo tema.

Ma per le notizie?

Bisognerebbe dunque fare molta attenzione, accendere il cervello e farsi delle domande, altrimenti restiamo 'vittime' di chi ci fornisce le informazioni. È un po' quello che accade quando leggiamo sempre il medesimo quotidiano, ci sintonizziamo sempre sulla stessa rete radiofonica e/o televisiva: dopo un po' di tempo, scopriamo di trovarci sempre d'accordo con quel quotidiano, con quella trasmittente: in realtà, probabilmente, siamo stati plagiati da quel quotidiano, da quella rete ed è ora di cambiare abitudine. Come ben si capisce, dunque, tutti possiamo essere vittime delle nostre stesse abitudini: nessuno ci costringe, nessuno cerca di persuaderci; in una certa misura, siamo anche noi che non siamo attenti.

Se uniamo la non neutralità oggettiva dei database e l'obiettivo primario di un'azienda, possiamo comprendere come ciascuno di noi abbia la necessità di rendersi conto delle fonti informative che frequenta, cioè di essere consapevole di quanto accade quando si cerca un'informazione e di chi ce la propone, per non esporsi a qualche cantonata e/o a diventare bersaglio di qualsiasi soggetto, bene o male intenzionato.

Il risultato della ricerca propiziata dal motore, infatti, ci indirizza spesso verso schermate più o meno accattivanti volte ad attirare la nostra attenzione. Chi si occupa di questo aspetto sono gli *sviluppati*, cioè professionisti che scrivono stringhe di codice alfanumerico atto a produrre immagini che ci affascinano, ma che non per questo ci offrono le informazioni che cerchiamo (è la vecchia storia, aggiornata ai tempi dell'internet, descritta negli anni Sessanta in **I persuasori occulti** da Vance Packard).

Per avere un'idea, ancorché approssimativa, di che cosa c'è 'dietro' le schermate può essere interessante curiosare.¹³

Si dovrebbe dunque tenere presente che, quando ci si confronta con una nuova informazione, la quale però non solo è e resta un distillato di conoscenza, ma può anche essere una bufala, la miglior difesa di cui tutti disponiamo è la capacità critica del nostro cervello. La conoscenza si acquisisce con calma, informandosi, studiando e leggendo incessantemente per capire meglio, per migliorare la nostra capacità critica sul mondo che ci circonda e che è ancora pieno di innumerevoli misteri e di impostori.

Può essere utile attirare l'attenzione sul ruolo di Google, sul ruolo cioè di un'azienda che fa parte di un conglomerato industriale (**Alphabet**) e che ha assunto ora una posizione quasi monopolistica, tanto da porre il problema negli ambienti che si oppongono ai monopoli. L'azienda e i gruppi di aziende perseguono i loro obiettivi primari: restare nei mercati, spesso fortemente competitivi. Per realizzare l'obiettivo, questi business tendenzialmente debbono anteporre il profitto, ancorché reinvestito, ad ogni altro obiettivo secondario come ad esempio la c. 'responsabilità sociale'. Solo negli ultimi anni, a dire il vero, è assurto agli onori delle cronache lo sforzo intrapreso, anche a livello accademico, quello che finora appariva un ossimoro e cioè contemperare l'obiettivo del profitto delle imprese con le loro più ampie responsabilità sociali (v. *Responsible Business Education*), pur di fronte alle difficoltà fin qui incontrate dalle iniziative ispirate dalla *Free Software Foundation* (v. *supra*, n. 2), che fin dall'origine conduce battaglie tendenti a diffondere la libertà d'opinione e/o a liberalizzare il diritto d'autore (v. *Creative Commons*, in italiano: *qui*).¹⁴

3.1.4 Anonimato, privacy, riservatezza

Oggi, chi è collegato all'Internet da casa, dovrebbe essere consapevole che, di regola, il collegamento è 'vivo h 24', giorno e notte: ciò significa che le macchine possono trasmettere dati anche quando sono apparentemente 'spente'. Ad es.

¹³Per provare, digitare sul motore Google «'modalità sviluppatore' e il nome di un browser» (ad es. 'modalità sviluppatore firefox'); la pagina che si apre spiega come procedere.

ATTENZIONE: si tratta di pagine per soli professionisti e non per normali utenti come il sottoscritto; perciò, evitare tassativamente di intervenire manualmente sul codice (HTML) che compare perché potrebbe risultare compromesso il funzionamento della pagina.

¹⁴L'idea che la tecnologia avrebbe agevolato la diffusione dell'informazione e della formazione, anche autonoma, sta alla base del mio interesse per l'informatica e per il digitale. Questo interesse venne alimentato da Andrea Marella: in occasione della sua laurea, egli mi regalò il libro, 'Essere digitali', di **N. Negroponte** che suscitò il mio vivo interesse per la questione. Dopo alcuni falliti tentativi volti ad appropriarmi degli aspetti più tecnici avvalendomi degli **Appunti di informatica libera** di **D. Giacomini**, rinunciai, ma mi rimase in testa la speranza che il *free software* avrebbe avuto successo: mi sbagliavo.

nottetempo si può attivare la 'modalità aereo', ma ciò non è sufficiente ad eliminare tutte le trasmissioni, anche quando lo schermo ci appare nero. Il *device* non dovrebbe funzionare quando è stato spento azionando l'apposito tasto (*switch off*) e la sveglia potrebbe funzionare ugualmente. Accertarsene, provando sulla propria macchina.

Verosimilmente è sicuro che il collegamento si attiva al momento dell'accensione della macchina: un po' prima è forse il caso di accendere anche il cervello, evitando comportamenti automatici che possono produrre effetti spiacevoli. Recentemente (e fortunatamente) i *so* più aggiornati (e i siti con dati sensibili come quelli delle banche) pensano essi stessi ad avvertirci di accendere anche il cervello.

Se siamo sempre collegati, non siamo mai anonimi: ogni nostra mossa, infatti, viaggia nel web con una specie di targa che resta impressa nei server. Ad es. il server del fornitore di posta elettronica, o di altri servizi, è identificato con un numero ISP (Internet Service Provider) che registra in permanenza i nostri passaggi e li conserva *sine die*.¹⁵

Se non siamo anonimi, è evidente che le informazioni inconsapevolmente trasmesse non sono riservate, per cui sorge il problema della 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 credenziali (nome utente o ID e pw (v. *ultra*, § 3.1.5) che consentono agli utenti di accedere alle macchine, proprie o di terzi. La parte pubblica è quella che si fronteggia quando si accede al web. In quest'ultimo caso, pur accedendo con le proprie credenziali, si rischia di essere intercettati: ad es., quando si accede al proprio conto bancario, se ci si sofferma più del tempo considerato prudentemente necessario, è la banca stessa che interrompe il collegamento. Ma pochi altri siti, con contenuti meno sensibili, adottano comportamenti del genere, il che ci indica il problema.

Tutti dunque possiamo essere intercettati e quindi sia le informazioni che trasmettiamo, sia quelle residenti nelle nostre macchine, possono essere sottratte, condivise, vendute e diventare di pubblico dominio. Chi può occuparsi di queste intercettazioni, non sono solo i servizi segreti, che possono semplicemente avvalersi di fatto delle piattaforme social (tipo Fb, per l'appunto) gestite da soggetti inconsapevoli ma, molto più semplicemente, chi desidera profilare le persone per motivi di marketing, per motivi politici, o per altri motivi più o meno leciti o nobili. Ne segue, credo, la necessità di ridurre al minimo indispensabile le informazioni personali che si rendono disponibili non solo sulle piattaforme social, ma anche sulle proprie macchine. Resta sempre in capo a chi

¹⁵Ricordare che ciò che si scrive sul web resta indefinitamente sui server degli ISP e che non è ancora previsto il 'diritto all'oblio', cioè la cancellazione di quanto si è scritto.

accede liberamente al web, la responsabilità delle informazioni personali rese, anche inconsapevolmente, di pubblico dominio.

Questo è il motivo per cui i contenuti postati sul mio *wall* e sul Gruppo vengono riservati a chi mi ha richiesto e ha ottenuto il contatto e perché faccio conto anche sul numero di 'amici' comuni: l'intento è quello di ridurre la possibilità di essere tracciati in quanto miei 'amici'. Poi, 'ognun per sé...'

La questione della *privacy* sta diventando sempre più rilevante e proprio per questo tutti i social e i browser più diffusi mettono a disposizione, nelle rispettive piattaforme, adeguati *tutorial* che consentono a ciascuno di noi di assumere la responsabilità di decidere quali informazioni pubblicare, condividere e con chi condividerle sul proprio conto. Infine, penso sia utile utilizzare la *navigazione anonima* con qualsiasi macchina, compresi gli smartphone. Le informazioni di ciascun 'amico' Fb, che si aggiornano automaticamente sulla mia timeline, vengono disattivate (*unfollow*), salvo casi particolari.

Per evitare paranoie, però, è forse utile ricordare che nessuno di noi è ancora il Presidente degli USA per cui è verosimile che nessuno di noi disponga di informazioni tali da invogliare qualche servizio segreto o qualche malintenzionato a spendere risorse per scoprire le nostre *pw* o quello che facciamo nel web. Come si è visto anche di recente, in occasione di raduni organizzati via social, le informazioni 'riservate' sono spesso di pubblico dominio. Come dicevo, un social è assai diverso da una bocciofila per questo si raccomanda prudenza: 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, ricordando che quello che si osserva a video poggia su linguaggi dei quali hanno contezza solo gli esperti programmatori e sviluppatori. Restano tuttavia un paio di norme di buon senso e di prudenza:

a) essere consapevoli che nel web cediamo (v. *ultra* § 3.1.6) informazioni sul nostro conto che diventano preziose a nostra insaputa, visti i prezzi ai quali vengono scambiate le piattaforme social.

b) rendere 'forti' le *pw*;¹⁶

3.1.5 Il tormentone delle *password* •

L'accesso ai siti web, come è noto, richiede spesso l'uso di parole d'ordine (le *pw*). Attualmente si richiedono e si considerano 'forti' le *pw* composte da almeno otto/dieci caratteri alfanumerici, che comprendano almeno una lettera

¹⁶Da tempo, le raccomandazioni sull'opportunità di renderle 'forti' si sprecano; ciononostante non sembrano aver avuto successo. Ancora oggi le *pw più diffuse* sembra siano del tipo '12345678', cioè la sequenza dei numeri della tastiera. La giustificazione che si adduce è comprensibile: vi è difficoltà nel ricordare sequenze alfanumeriche piuttosto lunghe, come si richiede oggi.

maiuscola, una minuscola, potendo includere anche i segni particolari (!, ?, @, \$, &, ecc.). È evidente la difficoltà di memorizzare simili sequenze, se non appuntandole su un foglietto da tenere 'a portata di mano' che, però, al momento opportuno, non riusciamo più a rintracciare.

Per risolvere questo 'tormentone',¹⁷ negli anni si sono adottate moltissime innovazioni: dall'impronta digitale al riconoscimento facciale, fino al Sistema Pubblico di Identità Digitale (SPID) che consente l'accesso ai diversi enti della Pubblica Amministrazione italiana con una sola pw. Forse è anche utile rammentare che le pw non vengono sostituite sempre dai riconoscimenti facciali e/o dall'impronta digitale, che peraltro ci aiutano molto, ma in determinate circostanze restano ancora indispensabili.

Anche l'accesso alle proprie macchine può richiedere un codice di sblocco e/o una pw. In questo caso l'urgenza di usare una pw 'forte' viene meno se si ipotizza l'accesso del solo utente proprietario della macchina; in caso contrario bisogna pensarci e adottare pw 'forti' da parte di ogni utente. In caso di intrusione, infatti, si rende più difficile l'individuazione della nostra parola d'ordine anche ad un robot così da evitare di perdere il controllo della macchina. Comunque anche nelle macchine di ultima generazione si sono diffusi il riconoscimento facciale e le impronte digitali.

3.1.6 'Se non paghi, il prodotto sei tu' •

L'aforisma utilizzato come titolo di questo paragrafo mi è sembrato criptico fin da quando, qualche anno fa, ne ho sentito parlare da **Federico Faggin** a Trieste. Cercando di decodificarlo mi sono imbattuto negli algoritmi e nella presunta 'gabbia' nella quale ci infileremmo quando partecipiamo ad un social. Non ho ancora ben capito chi lo abbia coniato: se la prof. **S. Zuboff**, nell'ambito dei suoi studi su **Il capitalismo della sorveglianza**, oppure il prof. **Byung-Chul Han**, nell'ambito delle sue ricerche in materia di **cultural studies**, ovvero il regista **Jeff Orlowski**, autore del documentario 'The Social Dilemma'.

¹⁷Suggerisco una 'banale' regoletta, a prova di robot, che fortunatamente appresi molti anni addietro: riferire logicamente la pw ad un parametro indimenticabile, cioè ad es. il proprio indirizzo di casa, o di lavoro, la data di nascita propria o di un congiunto, un anniversario, ecc. Una volta fissato il parametro (ad es. la propria data di nascita), modificarla utilizzando i segni particolari e i numeri, scrivendoli in lettere minuscole o maiuscole e/o in numeri romani. Esempio: 10 maggio 1907 sia la mia data di nascita. Potrei trasformarla in !1Ov907!, oppure !I0v1907!, ovvero 1Ov1907, ecc. In tal caso, data la difficoltà di dimenticare la data di nascita, si tratterebbe di ricordare soltanto come si scrive '10maggio': ad es., 1Ov, oppure 1oV, oppure ancora Io5, ecc. Ciò consente anche di ridurre il numero di pw usando sempre la medesima per motivi diversi: ad es. preceduta e seguita da ! per i siti professionali, da ? per i social, da @ per scaricare musica, ecc.

All'inizio (v. *supra*, n. 2), notavo che, se le piattaforme sono 'proprietarie', sembra difficile prestino servizi gratuitamente; appare dunque verosimile che sia i problemi di privacy, sia della gratuità non siano questioni da sottovalutare. La prestazione di servizi deve dunque essere remunerata, compensata con 'qualcosa' e, se questa compensazione non è monetaria, è verosimile sia costituito dalle informazioni che inconsapevolmente noi stessi rendiamo disponibili. Non sono sicuro, tuttavia, che la moneta di scambio sia l'informazione, ma se penso al valore di scambio di Twitter (circa 44md/\$Usa) immagino che l'ipotesi sia alquanto verosimile.

Le piattaforme che servono per farci dialogare, per informarci, per farci studiare, divertire, giocare, archiviare, ecc.; nel contempo però ci chiedono informazioni sul nostro conto (es.: registrarsi) e, assai spesso, ci chiedono anche di accettare i *cookie* (i 'dolcetti'), cioè quei piccoli *file* che i siti web inseriscono nelle piattaforme che stiamo utilizzando e che consentono di essere meglio rintracciati quando l'utente vi si rivolge nuovamente.

Comunque si sarà notato che tutte le piattaforme cercano di attirare la nostra attenzione e, se sono gratuite, è forse il caso di chiedersi chi paga tutto il lavoro che 'c'è dietro'. È nato così il sospetto su di un possibile altro aspetto dei social: sono forse dei centri di rieducazione che tendono a 'semplificarci la vita' allontanandoci dalla necessità di risposte complesse agli eventi che ci circondano? Forse gli algoritmi, perseguendo questo obiettivo, ci indirizzano verso la mediocrità, alimentando la nostra propensione per le risposte semplici? Forse cercano di renderci succubi dei detentori delle risposte complesse? Se un algoritmo non è altro che un sistema di calcolo, un procedimento per risolvere problemi, e non venisse adoperata per risolvere i nostri problemi? Potrebbe, l'algoritmo, essere costruito e utilizzato per seguire le nostre abitudini online, per studiare i meccanismi di base dei nostri comportamenti in rete? Se, in realtà, l'algoritmo studia i comportamenti e li analizza, può, almeno teoricamente, condizionare i nostri comportamenti futuri?

In tal caso la potenza dell'algoritmo è al servizio della previsione dei comportamenti dei soggetti esaminati: questo è dunque il tema sotteso dall'aforisma.

Per questo mi sembra utile affrontare questa ultima, ma non ultima, questione: l'incredibile gratuità dei servizi di **rete di computer** alla quale dobbiamo collegarci per utilizzare l'Internet.¹⁸

¹⁸Esempi di rete 'locale' pubblica sono la **intranet** di un Comune, la **rete civica**; esempio di rete 'locale' privata sono le intranet aziendali, o di una Università.

Il **sistema dei pagamenti** è un pionieristico esempio di rete 'privata internazionale', che consente gli scambi di moneta (S. Jevons, *Money and the mechanism of exchange*, Kegan&Co, London 1875, trad. it. *La moneta e il meccanismo dello scambio*, Dumolard, Milano 1876).

Nelle reti, i computer possono essere *client* e/o *server*: tutti sono gestiti da soggetti (persone e/o robot) che dispongono delle credenziali (nome utente, o ID, e password) per utilizzarli e tutti

Partendo dalle ricerche di Han, secondo le quali il nostro cervello viene manipolato dagli algoritmi sottesi ai social, il focus del documentario di Orłowski si chiede se tali algoritmi vengano progettati, non solo per attirare la nostra attenzione su determinate parti del web, ma anche per innestarci idee distorte sul mondo e su noi stessi. Il passo successivo è presto fatto: se i social non sono spazi di mera e neutra informazione e comunicazione, ma centri di rieducazione che, riflettendo ciò che già pensiamo e sappiamo, ci rassicurano, ma nel contempo ci narcotizzano evitando di indurci a prendere atto della complessità del mondo e ci avviano verso la mediocrità rendendocene succubi.

Per esemplificare, può essere utile rifarsi all'esperienza dello slogan aziendale di Google: 'don't be evil' ('non essere cattivo'). Palesemente 'buonista', il messaggio tende a forgiare eticamente il lavoro dei dipendenti per rinforzare l'esplicita dichiarazione di 'rispettare i dati dei clienti-utenti' previsto da un codice di condotta. Il dilemma nasce dalla dicotomia antropologico-tecnologica

sono collegati ad un **modem/router**. Mentre i server possono sia fornire servizi informatici sia fruirne, i client possono soltanto fruirne.

Il collegamento dei *modem/router* ai server e/o ad altri client può avvenire:

a) via cavo in rame, accedendo ad una rete di cavi più ampia che terminano in un c. *cabinet*. La distanza dal cabinet è detta 'ultimo miglio' e, più recentemente, è stata coperta dalla tecnologia **ADSL**. Oggi, tuttavia, non solo i cavi in rame nei cabinet sono stati sostituiti da fibra ottica, ma è in corso la distribuzione della fibra ottica presso le abitazioni private. La velocità dei collegamenti ne beneficia notevolmente;

b) senza cavi (**wireless**) che utilizzano onde radio (es.: *wi-fi*), reti radiomobili, reti satellitari;

c) un caso particolare è costituito dal collegamento wireless che avviene tramite la tecnologia **Bluetooth** che consente il trasferimento di informazioni fra diversi *device* che si trovino nell'ambito di una trentina di metri.

Le onde radio bypassano sia i cabinet, sia la fibra ottica che giunge fino al modem/router installato presso la postazione dalla quale si trasmette e consentono velocità di 3, 4 o 5 Gigabyte al secondo, a seconda della 'larghezza di banda'.

Il collegamento alla rete, al web, via modem/router viene venduto da diverse società di telecomunicazioni in competizione fra loro che forniscono, di regola, sia l'infrastruttura (cavi, fibra, modem/router, installazione) sia il collegamento ai propri server: di regola, mentre il collegamento richiede un canone mensile, l'infrastruttura può avere un costo una tantum che dipende dalla sua qualità (modem/router, wi-fi o cavo, fibra ottica o cabinet); le tariffe dipendono dalla velocità di *upload* e di *download* che a loro volta dipendono dalla 'potenza' dell'infrastruttura.

I prezzi aumentano all'aumentare della comodità di accesso alla rete e delle velocità disponibili: il meno costoso è il collegamento via cavo; il più costoso è *on the road* via **5G**.

Anche il collegamento fra macchina e modem/router può avvenire via cavo (ethernet) oppure senza cavi (wireless). In quest'ultimo caso il collegamento può utilizzare diverse tecnologie: onde radio e onde radiomobili (cellulari). La tecnologia 5G, ancora in via di attivazione generalizzata in Italia, consentirà collegamenti simultanei di molti soggetti che fruiscono contemporaneamente di molte attività (telefonia, web, televisori, internet of things (iot), ecc.).

Se si utilizzano collegamenti wi-fi a modem/router residenti presso strutture aperte al pubblico (bar, librerie, città, ecc.) in genere si tratta di collegamenti 'non sicuri', il che può giungere fino ad impedire l'accesso ai blog (ma si viene avvertiti immediatamente da un messaggio visuale).

dovuta all'accentuazione del potenziale di rassicurazione proprio del mondo virtuale e il notevole potere che si riconosce al mezzo digitale. Tale potere deriverebbe dalla circostanza che sui social non vi sono rilevanti divieti, né nessuno obbliga al silenzio, anzi è il mezzo stesso che invita chi lo frequenta a raccontarsi, a comunicare, ad esprimere opinioni.

Se, da un lato, gli utenti sono partecipi non proprietari di uno spazio narrativo collettivo, pubblico, seducente, di recente frequentazione e già divenuto familiare, sotto un altro aspetto, i medesimi utenti, che condividono, spontaneamente e incoscientemente, informazioni e dati personali e li rendono di pubblico dominio, cioè disponibili ad essere catalogati, profilati, analizzati, studiati, mercificati, corrono il rischio che aumenti la probabilità di essere indagati per scoprire chi sono. Utilizzare i nostri dati, ceduti gratuitamente per sapere chi siamo è un passo nella direzione del controllo dei nostri comportamenti, favorito dall'utilizzo degli algoritmi.

Molte delle funzioni che rendono i social così facili da usare, rendono più facile rintracciare le identità che stanno dietro gli indirizzi mail, dietro i profili pubblicati sui social, ecc. (E. Morozov et al., *L'ingenuità della rete: Il lato oscuro della libertà di internet*, Codice Edizioni, Torino 2019). L'utente in erba aderisce, così, spontaneamente e quasi senza accorgersene, ad un meccanismo dal quale viene costantemente stimolato, tendendo a diventarne succube perché trattenuto dal meccanismo stesso in una specie di accattivante gioco di ruolo. Ma, se si tratta di un gioco e non si conoscono le regole, non si è giocatori ma giocati e, in quanto tali, si rischia di trasformarsi in strumenti utilizzabili per gli scopi più diversi: causali ma non casuali (N.N. Taleb, *Giocati dal caso, e Il cigno nero* Il Saggiatore, Milano. 2014).

Quanto agli algoritmi, Orlowski riprende Jaron Lanier (*Dieci ragioni per cancellare subito i tuoi account social*, Il Saggiatore, Milano 2018) che tenta di analizzare come questi siano *adattivi*, cui si possono, cioè, apportare continuamente piccoli cambiamenti per cercare di ottenere risultati sempre migliori. Lanier ritiene che i primi a sfruttare tale 'adattività', questa intersezione tra matematica e cervello umano, siano stati gli inventori delle macchine digitali e automatiche, come quelle usate per i giochi d'azzardo (slot machine, videopoker, siti per il gioco online). I social possono essere assimilati ad una slot machine: aggiornare il feed per seguire le abitudini di un utente sarebbe come giocare d'azzardo, come ne 'Il Giocatore' di Dostoevskij, ove il tempo viene annullato, annientato, da un gioco indeterminato.

Non sarebbe cioè un caso che l'assuefazione e la gratificazione siano parte essenziale e preponderante dell'esperienza online. Sean Parker, inventore di Napster e fra i primi collaboratori di Mark Zuckerberg, ha affermato: «C'era biso-

gno di dare una piccola dose di dopamina¹⁹ ogni tanto; per esempio se qualcuno metteva un like alla tua foto o al tuo post. È un loop di feedback e validazione sociale esattamente quello che un hacker come me cerca, perché sta sfruttando una vulnerabilità della psicologia umana. E noi, gli inventori, i creatori di questa cosa – cioè io, Mark Zuckerberg, e Kevin Systrom su Instagram, insomma tutti noi – lo comprendevamo pienamente. E lo abbiamo fatto lo stesso».

In proposito, le parole dello statistico statunitense Edward Tufte sono molto esplicite ed illuminanti: «Ci sono solo due industrie che chiamano ‘users’ i loro clienti: il mercato delle droghe illegali e quello dei software».

Nonostante *The Social Dilemma* proponga un approccio sensazionalista, per suscitare scalpore fra i benpensanti, il documentario ha il pregio di aprire un dibattito, di sollevare domande. Quale può essere la soluzione? Può esistere un modo di rimanere autonomi e autodeterminati in una realtà dove si è sorvegliati, sollecitati, manipolati? O diviene inevitabile cancellare tutti gli account e abbandonare i social, come paventato?

Lanier, tuttavia, propone anche un’alternativa: ricercare nuovi modi per interagire con quegli strumenti, ridimensionandone la funzione, imparando ad usarli di meno, meglio e per obiettivi specifici e circostanziati, sensibilizzando e creando consapevolezza, tentando di obbligare così le *social media company* a ridisegnare un sistema digitale che consideri fra le proprie variabili anche l’etica. Egli ritiene inoltre che sarebbe più appropriato se queste company, oggi finanziariamente sostenute da ignote terze parti, chiedessero ai loro utenti di pagare un canone mensile come accade per le piattaforme streaming, tipo Netflix: forse così gli algoritmi sarebbero al servizio degli utenti e non più di aziende esterne e ignote. Forse la direzione più giusta non è quella di abbandonare i social ma imparare a starci dentro in modo diverso: ripensare un nuovo modo di stare insieme e online, essere pionieri di un territorio virtuale che abbiamo cominciato ad abitare solo di recente e ancora troppo poco.²⁰

¹⁹ La dopamina è un neuro-trasmittitore coinvolto nel senso del piacere ed è ritenuto centrale nel meccanismo che crea una modifica del comportamento in risposta all’ottenimento di ricompense, afferma Lanier. Ogni clic, ogni scorrimento, ogni like, vengono osservati, letti, interpretati, confrontati con quelli di altre persone, e reintrodotti in un sistema progettato per tenere connessi gli utenti il più possibile.

²⁰ «La nostra idea di sito di informazione tecnologica, nato per divulgare ma soprattutto per capire la tecnologia nella sua dimensione quotidiana, è che i social devono attraversare un processo di comprensione. I fatti ci portano ad osservare quanto moltissime persone, ancora oggi, non ne comprendano i limiti, la struttura e i meccanismi sottostanti. Manca un’istruzione digitale di base che porti a considerare i social come spazi narrativi potentissimi, e non solo come luoghi di indottrinamento e di lavaggio dei cervelli. L’autonomia, la capacità di pensiero autonomo e critico nonché una formazione di base sulle logiche virtuali possono condurre verso un uso più consapevole dei social».

3.1.7 L'immersione •

Fra le insidie di cui possiamo essere vittime, penso si possano annoverare quelle dovute ad alcuni nostri comportamenti semi-automatici che ci colpiscono inesorabilmente, nonostante vi si presti attenzione: mi riferisco all'abitudine di consultare il web. Nella mia personale esperienza ho notato che spesso ci si perde nella consultazione. In parte perché a volte non si sa bene cosa cercare, altre volte perché nella ricerca di qualche cosa si viene attratti da qualcosa d'altro, o si coglie l'occasione per acquisire un'altra informazione, o dalla curiosità, o ci si lascia attrarre da una notizia, un video, un qualche cosa di molto marginale rispetto al motivo originario che ci ha spinto sul web, ecc. con lo svantaggio di farci 'perdere tempo' nel senso di favorire la dispersione, la distrazione rispetto all'obiettivo principale che ci aveva motivato. Così il tempo passa e noi, passando da un sito web all'altro, da una curiosità all'altra, da una notizia all'altra pensiamo di avere migliorato il set di informazioni a nostra disposizione. In realtà probabilmente non è così perché le nuove informazioni non rispondono ad un'esigenza effettiva ma ad impulso temporaneo, non maturato.

Se colleghiamo questi eventi con le osservazioni proposte da Sean Parker, in tema di 'dopamina', cui si è accennato in precedenza (v. *supra*, n. 19) si può ben capire come uno dei pilastri sui quali si fonda il Metaverso, l'*immersività*, rappresenti una delle insidie più rilevanti delle innovazioni oggi in campo.

3.2 Come difendersi

La prima, principale difesa di cui disponiamo rimane sempre il nostro cervello che, come segnalato più volte, andrebbe acceso un po' prima dell'accensione della macchina. L'altra difesa consiste nel limitare al massimo le informazioni che rendiamo disponibili:

- minimizzare le informazioni personali sia sul profilo e sulla cover di Fb, sia sul proprio profilo utente nella/e macchina/e;
- disattivare la localizzazione dalla quale si trasmette;
- non indicare i propri recapiti telefonici, domiciliari, residenziali né sulle macchine né sui social;
- non pubblicare immagini di terze persone e, meno che mai, di minori;
- evitare di esporre proprie informazioni sui *sw* gratuiti di messaggistica (ad es. WhatsApp), ove si ritrasmettono foto e/o video provenienti da terzi, per la semplice ragione che nessuno controlla i contatti dei propri contatti;

- analogamente andrebbe trattata la propria utenza sulla propria macchina o su quella cui si ha accesso: ad es., non si capisce la necessità di inserirvi le proprie generalità (nome e cognome, data di nascita, numero di telefono, residenza) quasi potessimo dimenticarle.

Con riferimento alle app e ai siti che si frequentano abitualmente sarà sempre preferibile consultarli a fondo per verificare le condizioni di trattamento dei dati e le regole di cancellazione (*unsubscribe*), per decidere cosa permettere e cosa impedire. Per quanto riguarda la stampa (giornali e riviste online): verificare l'eventuale facilità di annullamento di un abbonamento; ricordare che, tanto è facile abbonarsi, tanto, in taluni casi, è complicato disdire.

Mentre 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 al fine di ridurre la possibilità di cadere vittime di impostori o 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](#) (in inglese) o [quest'altro](#) (in italiano).

3.3 Le opportunità.

Penso sia difficile negare che il web offre un'occasione di arricchimento personale, sia per la possibilità di accedere a risorse informative e formative immense, sia per la possibilità di interloquire con terzi su specifici argomenti di interesse comune, ma sempre prescelti individualmente. A me sembra assai riduttivo considerare invece i social, o almeno Fb, come luoghi di perdizione o dove riversare gli affari propri. Un atteggiamento del genere mi sembra non colga i vantaggi e accentui solo gli svantaggi che, mi pare, derivino prevalentemente dalla paura e dalla fatica del confronto.

A questa constatazione può seguire che, data la pochezza delle conoscenze di cui ciascuno di noi dispone, la nostra opinione sia inutile. Invece, proprio perché è incontrovertibile la limitatezza delle nostre conoscenze individuali, penso vi siano amplissimi margini di miglioramento, di apprendimento da colmare. L'obiettivo è quello di ridurre il peso dei pregiudizi 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, con maggiore buon senso. Va segnalata infine la diffusa avversione verso i social, ma più in generale verso le opportunità offerte dal web, che deriva dall'opinione secondo la quale ci si rifiuta di disporre di un account Fb o Twitter perché 'non si vo-

gliono scrivere sui social gli affari propri'. In proposito ricordo che disporre di un account non obbliga nessuno a scrivere, 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. 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.

3.3.1 Network accademici

. Fra le opportunità più rilevanti, infine, si debbono annoverare i network accademici, cioè le piattaforme internazionali di pubblico dominio ove i ricercatori, accademici e non, postano i frutti delle loro ricerche, i paper, per sottoporli al giudizio delle comunità scientifiche. Con riferimento all'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)*.e

In merito a quest'ultimo punto, ricordo che è disponibile anche l'app gratuita [Researcher](#).

4 LinkedIn, Twitter, You Tube

LinkedIn, a differenza di Fb, è un social tendenzialmente professionale e, per necessità elementari, è anche gratuito, liberamente e facilmente accessibile. Data la prevalente professionalità degli aderenti, non andrebbe utilizzato come Fb: il profilo che vi si posta tende a descrivere la propria posizione professionale. Per chi ha interesse, può servire anche ad accedere al mercato del lavoro. Non sembra debba servire, invece, per auto-promuoversi, per impartire lezioni, o per rivolgersi a qualcuno. Per ora, sembra anche lontano dal mercato della politica e tende a raccogliere interventi prevalentemente in inglese e di natura prevalentemente professionale.

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 civili, politiche e religiose. 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: un problema questo che 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 manuale. 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 YouTube (YT) 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, ne dò comunque spesso notizia, cercando 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 quelli che più interessano. Confido nella capacità individuale di accedervi e di selezionare quello che ognuno preferisce.

5 EGB: un Gruppo ●

Per cercare di raccogliere e concentrare i contenuti relativi ad un argomento specifico, il Settore Bancario, ho creato questa specie di appendice della pagina 'base', quella del mio profilo, denominata Gruppo.

Il tentativo è quello di scindere i contenuti della 'pagina base', ove trovano spazio questioni prevalentemente economico-politiche e/o politiche *tout-court* da quelle economico-tecniche, cui è dedicato il Gruppo. La scissione fra le due pagine avviene dunque sui contenuti e non su chi vi ha accesso.

Mi pare si risolva così anche qualche questione di privacy cui sono sempre più attente sia le piattaforme, sia le persone maggiormente consapevoli delle insidie del web (v. *supra*, § 3.1.4).²¹

²¹Il Gruppo è *riservato* nel senso che raccoglie i post su di un argomento specifico rispetto ad argomenti più generali che stanno sul pagina del mio profilo. Ma non è un Gruppo che seleziona chi vi accede fra i miei contatti (v. *supra*, § 2.1).

5.1 Obiettivi

Il Gruppo EGB intenderebbe creare uno spazio tendenzialmente professionale destinato a chi è interessato ad informare, approfondire e/o discutere gli aspetti, anche tecnici, delle vicende bancarie, finanziarie, monetarie e creditizie attuali che connotano i comportamenti dei soggetti che svolgono quelle attività e/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 quegli eventi modifichino il patrimonio delle aziende bancarie e finanziarie e del risparmiatore individuale privato per il tramite delle **quantità contabili**, ovvero monetarie, che quegli eventi rappresentano e che trovano sintesi nel vincolo, appena ricordato, riguardante i *conti annuali*: il *budget* (ex-ante) e il *bilancio* (ex post).

Attraverso questa iniziativa cerco di scambiare 'informazione' piuttosto che 'formazione': l'obiettivo di privilegiare l'informazione tuttavia si realizza se ci si esercita nella difficile arte di distinguere i fatti dalle opinioni. I collegamenti a diverse risorse informative on line (*blog*, giornali, siti web, ecc.), 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 questo wall. I commenti relativi a tali mie riprese, non venendo quasi mai letti dagli autori dei post originari, non generano risposte circostanziate quali potrebbero essere quelle offerte dagli autori originari: andrebbero pertanto commentati in calce a quei post; se sono oggetto di commenti in calce non aspettarsi dal sottoscritto risposte o commenti circostanziati.

6 *Two Faces of Debt*, il blog

Il blog ha l'obiettivo di sottoporre a verifica critica la questione del Debito sotto due aspetti: quale faccia di una stessa medaglia e quale variabile in grado di ricomporre la rottura del vincolo di bilancio (v. *supra*, § 5.1).

Nel blog, i post tendono a fornire contenuti maggiormente formativi, invece che informativi, fondati su dimensioni economico-tecniche che considero imprescindibili, fino a lambire questioni politiche fondate anch'esse su evidenze economiche. Come è noto, i blog consentono a chiunque di seguire tutto, 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 anche su Fb, Twitter e LinkedIn.

7 **Meta**verso •

Meta**verso**²² (*‘oltre’ l’uni’verso’ digitale* che finora abbiamo conosciuto e praticato); cioè *‘andare oltre’ l’universo digitale* che abbiamo fin qui utilizzato per scriverci, per interloquire e/o per vederci. Per *‘andare oltre’* dobbiamo utilizzare il *sw* per combinare *realtà analogica* e *realtà virtuale* o digitale (*virtual reality, VR*).

Per semplificare e per darne una visione tangibile, almeno temporaneamente, si può dire che il **Meta**verso è l’insieme delle piattaforme che cercano di ricreare ambienti reali, effettuali.

Un esempio calzante mi sembra costituito dai simulatori di volo utilizzati per l’addestramento dei piloti. Ricreare un ambiente effettuale, tuttavia, non significa riferirsi solo ad un ambiente fisico, ma anche ad un ambiente che si avvalga contemporaneamente di tutti e cinque i nostri sensi, o che ne faccia prevalere alcuni piuttosto che altri, ovvero che tiri in ballo altre sensazioni più o meno note a noi stessi.

Il tentativo di ricreare una situazione mista, fra l’analogico e il digitale, (L. Floridi, *Dentro l’universo virtuale*, pp. 6-8), dicevo, può ben essere rappresentata dai simulatori di volo per l’addestramento dei piloti di aerei, dalle aule virtuali utilizzate nei settori educativi, o nella telemedicina: certo simulare un atterraggio è ben diverso dall’atterrare effettivo di un velivolo; tutti infatti abbiamo esperienza di piloti che, pur addestrati, atterrano facendoci sobbalzare. Ma è preferibile disporre di simulatori di volo, di aule virtuali, di video-conferenze, di telemedicina piuttosto di non disporne affatto. Ciò significa, dunque, che la realtà virtuale sta in secondo piano rispetto a quella effettuale e, pur non potendo sostituirsi a quest’ultima, può rappresentare un utile parametro di riferimento se non altro *‘come modello obiettivo’*. È il medesimo criterio che presiede alle sintesi delle discipline Statistiche: in mancanza di dati, ci si affiderebbe soltanto alla propria esperienza personale e agli errori umani che ne derivano; in presenza di dati ben organizzati, si ha invece la possibilità di confrontare la propria esperienza con determinate frequenze di eventi.

Senza dimenticare che siamo tutti addestrati a conoscere e riconoscere al massimo i nostri cinque sensi i quali, tuttavia, non esauriscono tutte le nostre sensazioni in base alle quali, ad esempio, ci avviciniamo o ci allontaniamo dalle persone (si pensi alle *Affinità elettive* di Göthe), da una situazione, da un evento.

²²Questo paragrafo riassume un’importante evoluzione del **web 3.0** (un recente aggiornamento, di **Moxie Marlinspike** è reperibile **qui**). Gli appunti di questo paragrafo e le relative citazioni derivano esclusivamente dalla consultazione di *Formiche*, Rivista n. 177, febb. 2022.

Come si può notare, con questo approccio, le distinzioni fra ambiente reale, effettuale e virtuale tendono a sfumare e nel contempo, grazie alla tecnologia, si accresce la loro capacità esplicativa: le sensazioni che ci avvicinano o che ci allontanano dalle persone non sono meno reali di quelle che, facendoci percepire il caldo o il freddo, inducono reazioni.

Un altro esempio calzante dell'utilità della tecnologia nell'aiutarci a comprendere la complessità della realtà può vedersi nei *sw* in grado di cogliere la tridimensionalità dei corpi solidi, componente reale pur tuttavia difficilmente percepibile, per non dire non osservabile. Ci viene così in aiuto la tecnologia che può farci osservare un monumento in tutte le sue dimensioni e contemporaneamente provocare sensazioni di bellezza, di completezza nell'osservazione. Così la realtà sembra accrescersi, anche se non è vero: la realtà è sempre lì, non si è modificata, ma ne abbiamo colto un altro aspetto. Infatti, alcuni fenomeni fisici sono fatti comprovati e non opinioni: ma la *Realtà Aumentata*, (*Augmented Reality*, **AG**) può consentirci di coglierne aspetti altrimenti invisibili o non percepibili.

I successi di Metaverso sembra derivino dall'interpretazione che se ne dà: alcune traggono spunto dall'industria dei videogiochi e/o dell'intrattenimento, prendendone a prestito alcuni elementi, combinandone tecnologia e comunicazione di buona qualità;²³ altri ne danno un'interpretazione più ampia,²⁴ fino a giungere a quella che più interessa in questa sede e che ne dà Mark Zuckerberg, il quale, nell'ottobre 2021, ha sostituito il marchio Facebook con **Meta** sotto il cui ombrello sono state convogliate tutte le applicazioni e le tecnologie originarie,²⁵

Anche se nessuno sa come evolverà il Metaverso e molti invocano approccio 'etico' per procedere in una direzione accettabile per capire dove siamo situati in questo processo evolutivo si possiamo prendere in considerazione i pilastri del Metaverso.

- *immersività*
- *realismo*, le esperienze vivibili al suo interno sono sufficientemente realistiche al punto da permettere un'immersione psicologica ed emotiva?

²³Si vedano quelle di Tim Sweeney, ceo di **Epic Games**, di John Hankey, ceo di **Niantic Labs** e di Jansen Hang, ceo di **Nvidia**

²⁴Il ceo di Roblox, D. Baszucki, lo interpreta come un ambiente virtuale, persistente e condiviso, nel quale le piattaforme collegano persone provenienti da diverse sfere della vita. Un ambiente che dovrebbe permettere di comunicare in un modo nuovo». Si tratterebbe di «una co-esperienza umana che si basa su alcuni elementi come l'identità, il sociale, l'immersività, la varietà, l'ubiquità, l'economia».

²⁵**Facebook**, **Instagram**, **Messenger**, **Novi**, **Oculus**, **Portual**, **Whatsapp**, **Workplace** da cui sono nate le **Meta Platform**.

- *ubiquità*, si può accedere a queste esperienze da qualsiasi luogo, o attraverso la maggior parte dei dispositivi connessi come avverrebbe nel mondo reale?
- *interoperabilità*, gli asset e gli utenti possono muoversi tra queste esperienze senza che l'immersione si interrompa?
- *scalabilità*, l'infrastruttura è abbastanza articolata da collegare persone, ed elaborare i dati necessari a garantire agli utenti la possibilità di eseguire interazioni complesse?

L'immersione nel web cui ho già accennato (v. *supra*, § 3.1.7), ora divenuta *immersività*

7.1 Le applicazioni

In precedenza accennavo a due esempi di ricostruzione virtuale di ambienti fisici utili per simulare la realtà: i simulatori di volo e i simulatori della realtà tridimensionale, percepibile solo grazie alla tecnologia. Con riferimento a quest'ultimo punto, da decenni sono in circolazione cd-rom che consentono di visitare, ad es. la Cappella Sistina, senza muoversi da casa e potendo apprezzare particolari difficilmente percepibili se invece vi ci recassimo di persona: l'affollamento, il chiacchiericcio, il tempo limitato sarebbero tutti elementi che ci distrarrebbero, anche se sarebbero meglio percepibili altri aspetti come la distanza del soffitto dal suolo o lo sforzo di dipingere a testa in giù, mantenendo le proporzioni, le prospettive, ecc.

Sarebbero almeno quattro i settori che trarrebbero beneficio dal Metaverso:

Education (G. Ventre, prof. di 'Elaborazione delle informazioni', UniNA Federico II, *Per l'istruzione, una riforma necessaria*, pp. 30-31.)

Come è noto, la pandemia ha costretto tutti a ri-orientare le modalità tecniche dell'insegnamento e dell'apprendimento: colti di sorpresa e non disponendo del tempo necessario per mettere a punto e imparare nuove tecnologie, si è potuto osservare la riproposizione di modalità tecniche in uso da almeno trent'anni: la proiezione di slide preparate in precedenza e commentate dal docente.

Un tempo, in assenza di lavagne luminose, le lezioni venivano costruite dal docente che scriveva su di una lavagna i 'passaggi' che connotavano il suo ragionamento, a mano a mano, che procedeva, consentendo di seguirne il flusso. Non sono sicuro che sia stata migliore la procedura di proiettare slide confezionate contenenti i punti topici del medesimo

ragionamento, a meno che non si utilizzasse del *sw* che consentisse di far comparire di volta in volta le frasi topiche le quali, ancorché scritte in precedenza, comparivano a mano a mano che il ragionamento procedeva. Ben diverso il caso di sbattere su di una lavagna luminosa una slide completa, pre-confezionata e coperta da un foglio da far scorrere mostrando, a mano a mano, le frasi topiche quasi si trattasse di uno spogliarello.

Le *big tech* peraltro collaborano da tempo con questo settore per cui

«il Metaverso e l'adozione di tecnologie per la realtà virtuale e per la realtà aumentata rappresentano spazi di grande interesse e di enorme potenziale anche se vanno necessariamente accompagnate da attività 'reali' che rafforzino il processo formativo sia individuale sia di gruppo [...] L'errore più grande sarebbe immaginare che la formazione possa cambiare per il solo inserimento di macchinari e di *software*.»

Gaming (R. Scandizzo, Direttore Gaming Development EpcGames, *E sul gaming, l'impatto sarà disruptive*, pp. 22-23)

I settori dei giochi e dell'intrattenimento appaiono ambienti adatti a cogliere le opportunità del Metaverso perché è già maturato una lunga esperienza (*play station*, gare virtuali di football, di motori, ecc.).

Mercati (S. Cantale, Prof. di Finanza, Int. Institute for Management Development, Losanna, *Il mercato del futuro*, pp. 27-28)

«Un nuovo *emerging market* si prospetta per il futuro. Il Metaverso sarà una realtà per investire in diversi modi ma, come tutti i nuovi mercati non vi è ancora certezza di come esso si svilupperà né esistono già delle regole che lo gestiscono.

Per esempio se nel mondo reale si volesse acquistare un'elegante borsa del tipo Birkin di Hermès, ci si dovrà recare in un negozio del noto *brand* comprarla in loco (fisicamente o online). Nel Metaverso la Borsa invece è già in vendita, si chiama Meta Birkin e ha un prezzo di 0.1 Ethereum (circa 450\$). Quando è stata acquistata, ne è derivata la creazione di 100 *Non-fungible token*, *Nft* e, proprio come nella vita reale, il prezzo di scambio di essi è poi cresciuto al punto da rendere il costo della borsa virtuale nel Metaverso compatibile a quello di una Birkin reale. Il problema è che il prodotto (cioè il *Nft* derivante) non è stato realizzato da Hermès ma da un'azienda americana, la Mason Rotschild»

Salute (M. Simoni, Pres. Fondazione Human Technopoli, *Una rivoluzione digitale per la salute*, pp. 24-25)

L'interoperabilità fra sistemi ed applicazioni potrebbe trovare ampio spazio nel settore sanitario ove «la realtà virtuale è già parte integrante della formazione in campo medico, oltre ad essere utilizzata per trattare alcune patologie psichiatriche come lo stress post-traumatico. Sono già diffusi inoltre strumenti chirurgici che raccolgono, memorizzano e analizzano dati per monitorare l'andamento delle condizioni dei pazienti e ove l'utilizzo del **Digital twin** apre scenari inimmaginabili per la medicina personalizzata.»

7.2 Il **Metaverso** di Mark Zuckerberg e le **Meta Platform**

Angelo Mazzetti, responsabile Meta per Italia e Grecia, così ci spiega gli intendimenti del Ceo di Meta (*Così gli spazi tech diventano condivisi*, pp. 20-21), :

«L'obiettivo del Metaverso è di dare forma all'immateriale che c'è nell'universo digitale, rendendolo più tangibile e in grado di offrire un'esperienza percettiva, diversa e immersiva. L'utente cambia veste passando da osservatore a protagonista attivo della realtà virtuale, interagendo in maniera più articolata all'interno di un sistema complesso.

I principi fondamentali sui quali esso poggerà saranno l'apertura e l'interoperabilità esattamente come è stato per Internet [...] Lo costruiremo insieme a sviluppatori, *creator*, centri di ricerca e altre aziende del settore [come] Adidas, Nike, H&M [...] Potremo condividere uno spazio con gli altri [ove] incontrarci, lavorare, imparare, giocare, fare shopping, avendo l'impressione di avere superato le barriere fisiche [...] Lavoreremo a stretto contatto con istituzioni, esperti e autorità per creare il Metaverso in modo responsabile [...] Entro il prossimo decennio, grazie ad un impegno collettivo, [si] potrà raggiungere un miliardo di utenti e offrire lavoro a milioni di persone [...]

La sfida, tutt'altro che semplice, ha tuttavia attirato l'attenzione almeno di una primaria banca d'affari che ha capito che Zuckerberg intende il Metaverso come un successore dell'*Internet mobile* in grado di aumentare le capacità e le esperienze del mondo fisico attraverso una realtà mista (analogica e virtuale) e che apprezza l'idea del Ceo che immagina un mondo digitale futuro ove:

«molti oggetti fisici saranno **ologrammi** progettati dai *creator* e visibili dai consumatori tramite occhiali per la *realtà aumentata* al fine di ottimizzare il mondo fisico e permettere esperienze totalmente virtuali. Lo immagina co-creato responsabilmente». (Eric Sheridan, Managing Director in Goldman Sachs, *Evoluzione del Web 3.0*, pp. 14-17)

7.2.1 Le insidie

L'evoluzione del Web 3.0 (v. *supra*, n. 22) viene perseguita da aziende che si occupano di realizzare profitti tramite imprese particolarmente innovative che sono in grado di cogliere l'opportunità di sfruttare l'adattività degli algoritmi nell'occupare lo 'spazio' che si crea grazie all'intersezione tra matematica e cervello umano (v. *supra*, § 3.1.6). Che si tratti di un'opportunità da cogliere per realizzare profitti, può essere desunto almeno da due eventi: 1) i successi ottenuti, a partire dalla quotazione a Wall Street, di Roblox, nel marzo 2021; 2) l'accennata attenzione di Goldman Sachs.

D'altra parte il profitto rappresenta una spinta formidabile all'innovazione, soprattutto se suffragata da passate esperienze vincenti che per giunta attraggono banche d'affari del calibro di Goldman Sachs, (*Evoluzione del Web 3.0*, pp. 14-17) la quale ha capito e apprezza l'idea che si possano creare ambienti virtualmente condivisi, soprattutto se non sono sostitutive dell'universo digitale fin qui sperimentato. Le aspettative sui benefici effetti del Metaverso tuttavia appaiono ambiziose e non è detto che in alcuni settori esse non vengano deluse. Per questo credo meriti attirare l'attenzione su alcune insidie implicite nel meccanismo che si va adottando da parte di Meta.

Appaiono subito rilevanti i problemi di privacy che si sommeranno a quelli, già non irrilevanti, evidenziati per i social in genere (v. *supra*, § 3.1) e probabilmente già sperimentati dalle avanguardie tecnologiche dei Linden Lab con gli scarsi successi del progetto *Second Life*.

Se già oggi siamo controllabili, possiamo immaginare quale sarà il nostro livello di privacy in una realtà prevalentemente virtuale? Siamo sicuri di voler migrare in una realtà artificiale del genere? Queste sono alcune delle domande che ci si pongono in questo periodo (L. Floridi, *cit.*, p. 8). E, per cercare, di abbozzare qualche risposta mi sembra necessario evitare di affrontare genericamente il tema del Metaverso per affrontare invece l'interpretazione che ne dà Zuckerberg.

Sotto questo punto di vista, credo si debba tenere conto almeno dei seguenti aspetti che lo riguardano:

- *l'esperienza nei social media*,
- *l'interpretazione del Metaverso*,
- *le disponibilità finanziarie*.

Toglierei subito di mezzo quest'ultimo elemento che misura le possibilità di mettere a rischio dei valori per realizzare l'obiettivo dell'impresa: immagino infatti che i valori disponibili siano ingenti, considerando i prezzi di mercato delle piattaforme coperte da Meta (v. *supra*, n. 25).

Quanto all'esperienza nei social media di Zuckerberg, credo essa non possa essere messa in dubbio. Ma, proprio per questo, emerge fra le righe un inquietante interrogativo di fondo ben illustrato da Sean Parker, fondatore di Napster, che si potrebbe riassumere nell'*effetto dopamina* (v. *supra*, n. ??) che potrebbe stare alla base del core business di Meta.

Quanto all'interpretazione del Metaverso, premesso che negli intendimenti del Ceo vi è l'idea di occuparsi degli aspetti evolutivi dell'*internet mobile* e che l'interpretazione fin qui descritta fa riferimento a soggetti che non si qualificano con le proprie generalità effettive ma con un *avatar*, un *alter ego*, mi hanno particolarmente colpito i seguenti attributi descritti da Mazzetti (*cit.*, p. 20):

- a) 'dare forma all'immateriale che c'è nell'universo digitale';
- b) 'offrire un'esperienza percettiva ed immersiva';
- c) 'l'utente diventa protagonista attivo della realtà virtuale'.

Non sono ovviamente in grado di percepire bene il significato delle tre affermazioni appena citate: immagino che sarà molto più chiaro alla luce dei fatti, dell'esperienza che si avrà modo di osservare. D'altra parte, come è noto, tutti noi viviamo anche in un mondo un po' autonomo che cerca di mediare con la realtà che incontra quotidianamente; si potrebbe dire che ciascuno di noi vive sulla scorta di un modello di vita che ha assorbito dall'ambiente nel quale è cresciuto e che ha cercato di modificare nel tempo per adattarlo alla realtà con la quale si è scontrato. L'adattività, dunque, sembra un fatto di esperienza corrente che gli algoritmi cercano di emulare (Lainer, *cit.*)