

## Cacciato da Facebook per l'estensione che rimuove i «mi piace»

Bannato da parte di Facebook per aver sviluppato un sistema che aiuta gli utenti a limitarne l'uso. Questa è la storia che racconta Louis Barclay, l'inventore del sistema che permette di «riappropriarsi del proprio tempo». Precisamente si tratta di un'estensione per browser chiamata Unfollow Everything – smetti di seguire tutto – che permette agli utilizzatori di eliminare tutte le notizie

generate in automatico dalla bacheca di Facebook. Lo strumento funziona in questo modo: Unfollow Everything rimuove tutti gli amici e i «mi piace» lasciati sulle pagine, in questo modo non viene più proposta una schermata iniziale a partire dalle proprie preferenze e ci si libera del cosiddetto feed. Il news feed, o bacheca, di Facebook è infatti la maggiore fonte di

reddito della pagina. Il tempo trascorso sul sito si traduce di fatto in annunci visualizzati e cliccati che si trasformano in miliardi di dollari per gli investitori. È proprio lo strumento del feed a tenere gli utenti incollati alla piattaforma, senza di essa, il tempo trascorso in rete diminuirebbe notevolmente. «Ricordo benissimo la sensazione nell'utilizzare Unfollow Everything per la



prima volta. Non ho perso niente perché potevo ancora vedere tutti le pagine preferite e gli aggiornamenti dei miei amici cercandoli direttamente», commenta il creatore dello strumento, e prosegue, «Da un giorno all'altro il

mio utilizzo di Facebook è diminuito drasticamente ed il mio attaccamento ai social è diventato gestibile». Dal lancio del sito l'hanno scaricato tantissime persone e ha ricevuto innumerevoli recensioni positive. Tanto da infastidire il

colosso, che ha disabilitato in modo permanente l'account di Louis Barclay e ha intralciato la diffusione dello strumento. Sebbene il suo creatore non si sia dato per vinto, una causa legale contro una compagnia da trilioni di dollari è un'impresa anacronistica e probabilmente a breve non sarà più possibile scaricarlo, ma una cosa è certa: la storia di Unfollow Everything fa riflettere sul lato oscuro del web, sul suo potere e sui profitti ottenuti dallo sfruttamento della dipendenza, anche online.

Jasmine MILONE

# APOSTOLATO DIGITALE

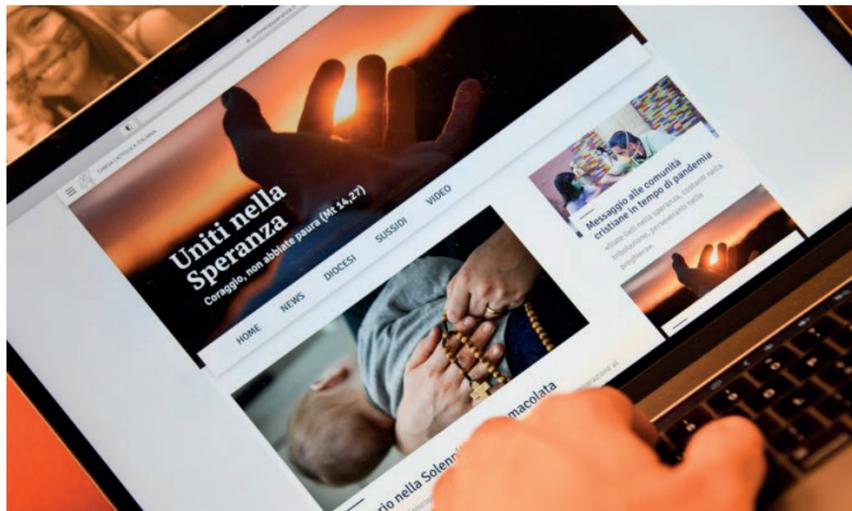
condividere codici di salvezza

RICERCA «SOLIDARIETÀ DIGITALE» – IL 25% DEL CAMPIONE HA SCOPERTO LA POSSIBILITÀ DI APPROFONDIRE LA FEDE ATTRAVERSO INTERNET

## Solidarietà, vita spirituale e comunitaria «rivalutate» dal Web in tempo di Covid

**D**urante il lockdown e le limitazioni sofferte nella pandemia, gli strumenti ed i dispositivi digitali hanno permesso la continuità dei rapporti sociali e la prossimità con le realtà più deboli e bisognose di aiuto. È stata un'occasione inaspettata per vivere alcune dimensioni dell'esperienza di fede e della solidarietà in modo nuovo. La ricerca «Solidarietà digitale: dalla tecnologia al pensiero» (Solidigit), inserita all'interno del programma «Crisi» della Pontificia Università S. Tommaso d'Aquino - Angelicum di Roma, ha voluto indagare come il periodo di emergenza sia stato vissuto dalla comunità cristiana, in particolare seguendo l'evoluzione dei comportamenti ed il giudizio verso la mediazione del digitale inteso come supporto alla vita di fede e strumento di solidarietà. Per la ricerca, condotta da chi scrive con i professori Marco Salvati op, Daniele Aucone op e Marco Stafolani cp (Lateranense), è stato scelto un campione ristretto ma significativo (stu-

denti e personale docente e non docente dell'ateneo) cui è stato somministrato un questionario anonimo online in italiano e inglese. I risultati evidenziano la disponibilità ad usare i mezzi digitali per mantenere i rapporti personali e la vita di fede (il 77,9% degli intervistati pensa di averne aumentato l'uso). Una parte più entusiasta ne auspica l'utilizzo più frequente nel futuro e considera la possibilità di un rinnovamento delle celebrazioni liturgiche. In molti hanno scoperto, grazie al digitale, zone sconosciute di disagio (il 42% delle scoperte avvenne sui social network) e la possibilità di organizzare o partecipare alle iniziative di solidarietà (il 45,5% degli intervistati). Un risultato più che positivo. Il desiderio di maggiori approfondimenti e documentazione evidenzia il bisogno di dare sempre più fondamento alla propria fede, con richieste di studio, accesso ai testi ed informazioni. È significativo come il 25% ha scoperto la possibilità di approfondire questi temi attraverso il digitale. Le attività desiderate da mantenere dopo la pandemia sono: documen-



tazione (26,5%), webinar (19,1%), gruppi di discussione (14,8%) e catechesi (14,8%). La preghiera si ferma all'1,2%. Possiamo ipotizzare il bisogno di una maggiore esigenza di confronto ed approfondimento della fede, come se l'attuale formazione non fosse in grado di rispondere alle sfide dell'attualità? Questo tempo ha fatto nascere la consapevolezza di essere comunità ecclesiale anche grazie al digitale. Si rileva un'alta percentuale di quanti non trovano

differenza nella partecipazione liturgica (30,8%) o nella pastorale (39,7%) mentre la catechesi online ha trovato molti estimatori (26,2%), non tanti quanto quelli che hanno trovato conforto dalla possibilità di incontrarsi (49,1%). In un momento in cui la chiesa non è più al centro del villaggio, va consolidandosi l'idea che la comunità non è necessariamente vincolata ad un luogo, a un ambito territoriale; essa si realizza là dove i fedeli si incontrano ed hanno rela-

zioni. Sono la relazione e l'incontro delle persone a far nascere una comunità. Poiché il digitale consente di mantenere attive le relazioni e di svilupparne di nuove, esso diventa occasione per sostenere la vita e l'azione della comunità ecclesiale. Inoltre, il periodo di crisi, che ha spinto all'uso del digitale chiunque volesse continuare una vita sociale e di fede, ha permesso anche di scoprire situazioni di disagio non conosciute, nonché una migliore organizzazione e partecipazione alle reti di solidarietà. In sintesi, il digitale, dopo l'esperienza della pandemia, si configura, anzitutto quale occasione di ripensamento e riflessione sull'essere comunità; inoltre, costituisce una via feconda per l'approfondimento personale dell'esperienza di fede; infine rappresenta un prezioso strumento di solidarietà, poiché favorisce un esercizio più efficace dell'attenzione agli ultimi e alle «periferie» che oggi viene chiesta a quanti appartengono alla comunità ecclesiale.

Edoardo MATTEI  
Docente di Teoria dei Media Digitali

## Inghilterra, i calciatori contro la diffusione di dati sportivi

Nel calcio inglese sembra si stia aprendo una nuova bufera. Non riguarda la nazionale o le problematiche causate dalla Brexit, ma l'uso dei dati dei calciatori. Sono ormai centinaia i giocatori della Premier, attivi e non, a voler fare causa alle aziende di scommesse e di diffusione di dati sportivi per uso illecito di informazioni personali e statistiche sulle prestazioni.

Di pancia verrebbe da pensare che sono i soliti calciatori assetati di soldi, e forse in parte è vero, ma c'è un significato più profondo nella notizia. Certi tipi di dati riguardano tutti gli sportivi e, alla fine, potrebbe significare che anche l'atleta della domenica avrà maggiori tutele. Pensiamo ai nostri smartphone, capaci di calcolare i passi che facciamo e le calorie spese; pensiamo alle ap-

plicazioni che ci aiutano nell'allenamento; in alcuni casi siamo noi a pagare un abbonamento per ottenere dei dati, che poi restano alle aziende e vengono aggregati con quelli di altri utenti, fornendo così informazioni non solo sul singolo ma su una fetta di società.

Se fossero le aziende a dover pagare gli atleti e gli amatori per tenere i loro dati? Le aziende fanno business con qualcosa di estremamente personale, in modi di cui gli utenti spesso non sono consapevoli. Le aziende pagano milioni di euro per ottenere database di dati ottenuti gratuitamente da società capaci di raccogliergli, e se invece ci pagassero per questo?

È anche vero che i calciatori sono personaggi pubblici, sono loro che scelgono liberamente di andare in campo. I campi di gioco sono di proprietà delle società sportive e spetta a queste ultime dare determinate autorizzazioni, per esempio non si possono fare dirette Facebook facendo vedere la

partita, è illegale, si viene denunciati dal club e non dai calciatori. La problematica è certamente complessa, con ripercussioni anche sulle sponsorizzazioni, non sappiamo se confinata in Inghilterra o con risvolti inerenti l'Europa, certamente riguarda la privacy nostra e dei calciatori.

Andrea ANNUNZIATA



### L'arte nella difesa digitale



Marco Ramilli, esperto di sicurezza informatica, racconta come, attraverso algoritmi di visualizzazione basati su Intelligenza Artificiale, si possa rendere il malware «visibile», e ne illustra un possibile utilizzo per la futura difesa del digitale.