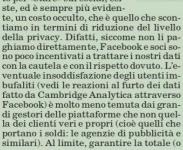
IL PUNTO DI MAURO MASI*

Social, da condivisione a servizio

Siamo stati buoni profeti. Quando Elon Musk decise di far pagare agli utenti di Twitter la cosiddetta spunta blu, il mec-canismo necessario per avere un profilo verificato sul social, sottolineammo che questo avrebbe cambiato il mondo della rete e presto sarebbe stato seguito da altri gestori. Così è stato. Marc Zuckerberg ha annunciato un provvedimento simile per Facebook e Instagram. Forse si apre per Internet l'era dei social a pagamento ed è, a suo modo, un passaggio rivoluzio-nario. Che, tra l'altro, nel nostro piccolo, qui sosteniamo da anni e

per molti motivi, non ultimo quello che un accesso a pagamento è sicuramente un accesso più consapevole e at-tento e, quantomeno, do-vrebbe poter scoraggiare chi accede ai social in maniera patologica. C'è poi da dire che, in realtà, i social non sono mai stati del tutto gratuiti o meglio lo sono all'appa-renza perché, seppure non paghiamo un prezzo esplici-to per «stare» sui social, esi-



comunque la più alta possibile) riserva-tezza dei nostri dati, rappresenta un osta-colo alla redditività dei social. La cui evo-luzione nel tempo ha definito un modello di business che, secondo Jaron Lanier (uno dei «grandi vecchi» del mondo della rete), ha ormai un solo vero obiettivo: «la modificazione a peramenta del competamodificazione a pagamento del comportamento di massa» (come è peraltro emerso con chiarezza nelle varie audizioni al governo Usa di Zuckerberg e sodali). La-nier si spinge a sostenere che, in questo scenario, dovrebbero essere addirittura i



2021 facendo pagare agli utenti un abbonamento molto basso, intorno ai 14 dollari l'anno: non casualmente è, più o meno, quello che chiede ora Musk per la spunta blu. Insomma, il dado è tratto, e la strada è quella in qualche modo ipotizzata fin dall'inizio dai «padri fondatori» di Internet e cioè della trasformazione della natura dei social da piattaforma di condivisione a servizio.

*delegato italiano alla Proprietà intellettuale Contatti: mauro.masi@bancafucino.it



