



Progetto Invecchiamento Attivo

Sistema Socio Sanitario



Regione
Lombardia

ASST Bergamo Est

Tu *Terza università*

***Un percorso per comprendere il mondo digitale
e usarlo con consapevolezza***

3 incontri · Cavernago · Maggio 2026

Il nostro calendario



1

Venerdì 15 Maggio 2026 · 15:00 – 16:30

L'Alfabeto del Digitale

Internet, smartphone, cloud: le basi per capire il mondo digitale.

2

Venerdì 22 Maggio 2026 · 15:00 – 16:30

Algoritmi, Social e Fake News

Come funziona la «fabbrica della rabbia» e come difendersi.

3

Venerdì 29 Maggio 2026 · 15:00 – 16:30

Privacy, Truffe e Futuro Digitale

SPID, phishing, intelligenza artificiale e come riprendere la libertà.

L'ALGORITMO INVISIBILE

Dati, social, manipolazione e difesa digitale



INCONTRO 2 · Algoritmi, social e fake news



Il mondo è cambiato

Da strumenti a compagni di vita

- smartphone sempre con noi
- social network permanenti
- notifiche continue
- dati raccolti 24 ore su 24



Cosa è andato storto?

Internet, i social e il futuro che ci siamo
persi



L'aggancio emotivo

Partiamo da una domanda semplice: com'era Internet all'inizio?

All'inizio sembrava una promessa buona
Doveva unire, non dividere
La domanda-guida: cosa è andato storto?

Domanda al pubblico: vi ricordate la rete "di prima"?



"Internet doveva unire le persone"

COM'ERA ALL'INIZIO

Internet come dono

Nasce per condividere conoscenza, non per fare soldi.

Università, laboratori, collaborazione
Il Web viene “regalato” al mondo
This is for everyone



L'ENTUSIASMO COLLETTIVO

Ci abbiamo creduto tutti

Non è una storia di ingenui contro furbi.

Governi, giornalisti, istituzioni
Democrazia digitale e trasparenza
Internet visto come progresso



“Non contro Internet, ma da testimoni”

LA SVOLTA INVISIBILE

Quando cambia tutto

Il problema non è Internet: è il modello economico dei social.

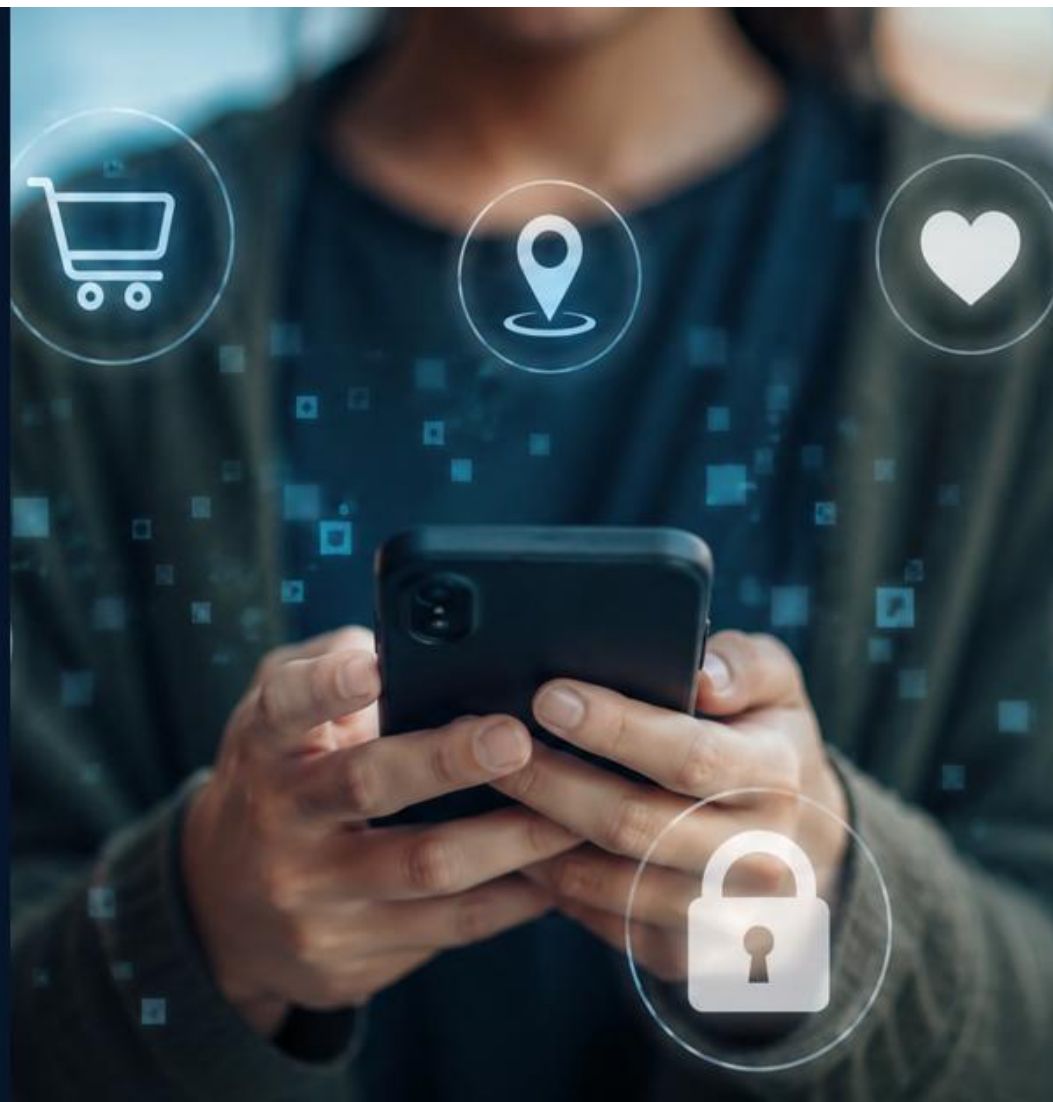
I social sono gratuiti, ma non gratis
Il prodotto diventiamo noi
Dati, tempo ed emozioni generano valore

“Il prodotto siamo noi”

I dati come moneta

“Se è gratis, il prodotto sei tu”

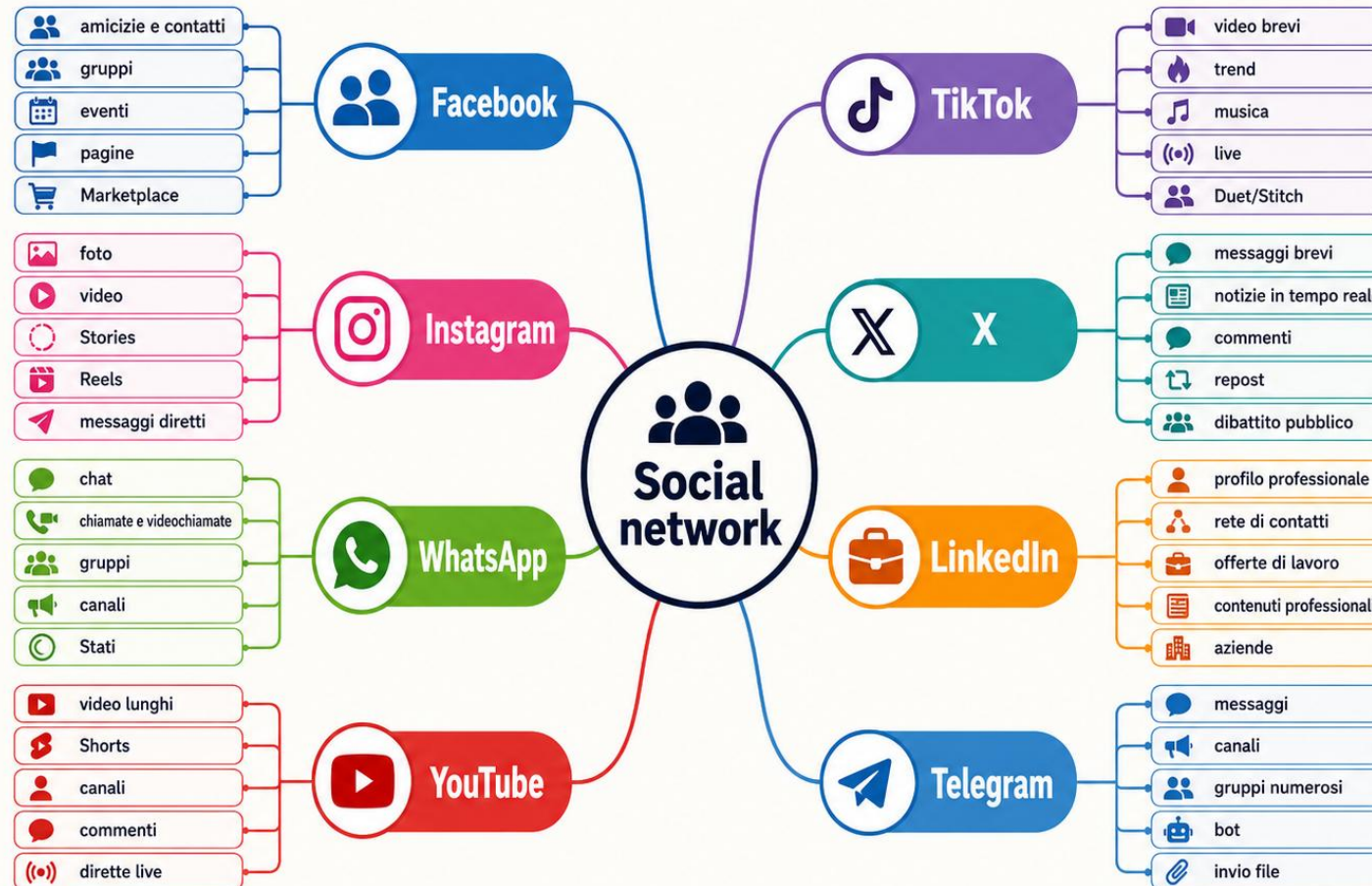
- Non paghiamo sempre con soldi. • Paghiamo con informazioni, attenzione e abitudini.
- Le piattaforme guadagnano con pubblicità mirata e profilazione.



INCONTRO 2 · Algoritmi, social e fake news



Principali social network e loro funzionalità



Ogni social ha un uso prevalente diverso: comunicazione, intrattenimento, informazione o relazioni professionali.

Le proprietà dei social network



 **I social network sono strumenti potenti:
utili se usati con consapevolezza.**

Chi possiede i principali social network



 Alcuni social appartengono a grandi gruppi tecnologici, altri a società indipendenti.

INCONTRO 2 · Algoritmi, social e fake news



All'inizio sembrava una promessa

Internet e i primi social venivano visti come strumenti di libertà, conoscenza e relazione



“Più connessione = più dialogo, più conoscenza, più democrazia.”

Facebook nasce come luogo per ritrovare persone e condividere momenti.

Il clima iniziale è gentile: amici, foto, discussioni senza eccessiva aggressività.

Non c'è ancora l'ossessione per follower, visualizzazioni e prestazione sociale.

La domanda del 2017

Il momento in cui Zuckerberg prova a presentarsi come "costruttore di comunità"

“Stiamo costruendo davvero il mondo che vogliamo?”

Nel 2017 Facebook appare al massimo della potenza.

Quasi due miliardi di utenti: un abitante del pianeta su quattro.

Facebook possiede già Instagram e WhatsApp.

L'immagine pubblica è ancora quella di una missione: connettere il mondo.



Facebook: dalla comunità globale alla macchina dell'engagement

Cosa succede quando una piattaforma sociale diventa una fabbrica di attenzione, dati e soldi



INCONTRO 2 · Algoritmi, social e fake news



Facebook diventa una cash machine

Gli strumenti per misurare le persone

Dal like alle emoji: ogni reazione diventa un dato



Il “mi piace” non è solo una carezza digitale.

Il like registra preferenze.

Le emoji aggiungono rabbia, tristezza, stupore, divertimento, innamoramento.

Più sfumature emotive = profili psicologici più raffinati.

Ogni clic aiuta la piattaforma a capire cosa mostrarci dopo.



Engagement: la parola chiave

Non conta solo cosa è vero: conta cosa ci fa reagire

ENGAGEMENT = coinvolgimento

Commenti · Like · Condivisioni · Tempo di permanenza

L'algoritmo impara dai nostri comportamenti.

Se un contenuto ci trattiene, viene giudicato "buono" per la piattaforma.

Il problema: rabbia, paura e indignazione spesso trattengono più della calma.

Cos'è un algoritmo?

Non è magia: è una ricetta costruita per ottenere un certo risultato

UNA RICETTA

Ingredienti

+

ordine

+

obiettivo



= risultato finale



Flusso di informazioni: video,
foto..

NEL FEED DI UN SOCIAL

Decide cosa mostrare per primo.
Premia i contenuti che fanno reagire di più.
Osserva con chi interagiamo, su cosa ci
fermiamo, cosa condividiamo.
Il suo vero obiettivo non è la verità: è
l'attenzione.

Come funziona l'algoritmo

Il cameriere invisibile

- osserva ciò che guardiamo
- ricorda dove clicchiamo
- ci serve contenuti simili
- impara a trattenerci più a lungo

“Se clicchi rabbia, ti servirà altra rabbia.”

Metafora utile: il cameriere invisibile che porta sempre lo stesso piatto.



La dopamina digitale

Perché è difficile smettere

- un messaggio dà gratificazione• un like conferma che esistiamo
- un video ne chiama subito un altro
- il cervello cerca una nuova ricompensa

“Lo smartphone somministra dopamina digitale 24 ore su 24.”

Spiegare senza tecnicismi: piccole ricompense che ci fanno tornare.



INCONTRO 2 · Algoritmi, social e fake news



**Una bugia emozionante
può correre più veloce di
una verità noiosa.**



La scelta di imitare TikTok

Nel 2017 Facebook introduce una nuova logica: "interazioni sociali significative"



Il feed viene ripensato per spingere ciò che genera interazione.

L'obiettivo dichiarato è rendere le relazioni più "significative".

Ma nei fatti il sistema premia ciò che provoca commenti, risposte, conflitti.

La proprietà conosce il rischio e sceglie comunque di andare avanti.



Gli ingegneri di Facebook si rendono conto del problema

La domanda interna più scomoda

Gli ingegneri si accorgono del problema

“Does Facebook reward outrage?”

Traduzione semplice: “Facebook sta premiando l’indignazione?”

I dati mostrano che il nuovo algoritmo favorisce contenuti che generano rabbia.
Gli editori possono essere spinti a capitalizzare la negatività.
La logica del profitto rischia di prevalere sul benessere dei lettori e sulla missione dichiarata.

DAL COLLEGAMENTO AL CONFLITTO


La fabbrica della rabbia

Gli algoritmi mostrano ciò che ci fa reagire di più.

Rabbia, paura e indignazione trattengono lo sguardo

Vediamo una parte della realtà

Il mondo sembra più rumoroso e ostile



“Non cercano la verità, ma l’attenzione”

INCONTRO 2 · Algoritmi, social e fake news



Zuckerberg viene informato.
E decide di andare avanti.

Dal Facebook delle foto al Facebook

“pensato a tavolino”

Il passaggio cruciale e il cambiamento del modello



Prima

Foto, amici, ritrovamenti, scambio sociale.
Feed più vicino alla cronologia.
La piattaforma accompagna le relazioni.

Poi

Like, ranking, selezione automatica dei contenuti.
Il feed diventa personalizzato e orientato al coinvolgimento.
La piattaforma non si limita a ospitare: progetta il comportamento.

Il fact checking come palliativo

Una cura piccola rispetto alla macchina che produce il problema

Controllare i singoli post non basta, se il sistema continua a premiare ciò che infiamma.

Da una parte l'algoritmo spinge contenuti molto coinvolgenti.

Dall'altra pochi verificatori provano a correggere le falsità più evidenti.

È una partita sbilanciata: la macchina corre più veloce dei correttivi.





Facebook non è “andato storto” per caso

Tre passaggi da ricordare

1. La piattaforma diventa enorme e redditizia: dati + attenzione + pubblicità.
2. L'algoritmo premia ciò che produce più engagement, anche rabbia e disinformazione.
3. Quando il rischio è chiaro, la proprietà sceglie di proteggere crescita e tempo di utilizzo.

Conclusione: non siamo davanti a una fatalità tecnologica, ma a precise scelte umane ed economiche.

TWITTER - X

Le piattaforme influenzano politica, informazione e conflitti



Con **X/Twitter** la piazza pubblica diventa più rumorosa e più instabile.
La libertà di parola senza responsabilità può produrre caos e disinformazione.
Nei conflitti internazionali i social possono deformare la realtà, ma anche rompere il silenzio

Twitter era una piazza pubblica digitale

Non il social delle foto familiari, ma il luogo del commento in tempo reale



“Una notizia poteva circolare, un testimone poteva parlare, un cittadino poteva interpellare un potente.”

Giornalisti, politici, studiosi e cittadini nello stesso spazio.

Velocità, confronto, accesso diretto alle fonti.
Una funzione democratica: mettere in contatto mondi diversi.

Una piazza ha bisogno di regole

Senza regole minime, non vince la libertà: vince chi grida più forte.

La libertà di parola non coincide con assenza totale di responsabilità.

Aggressività, intimidazione e rumore possono espellere le voci più pacate.

Il dibattito pubblico si impoverisce quando resta solo lo scontro.



La trasformazione in X

L'idea dichiarata è difendere la libertà di espressione; l'effetto pratico può essere più caos



Da spazio di confronto a ambiente più instabile

Più esposizione a estremismi e disinformazione.

Più difficoltà a distinguere fonte attendibile e contenuto manipolato.

Maggiore peso all'engagement: ciò che fa reagire tende a emergere.

La spunta blu cambia significato

Da segnale di verifica a simbolo acquistabile

PRIMA

Indicava profili verificati.
Aiutava a riconoscere giornalisti, istituzioni,
fonti pubbliche.
Era un indizio di identità e affidabilità.

DOPO

Diventa anche acquistabile.
L'autorevolezza non viene solo riconosciuta:
può essere comprata.
Il pubblico fatica di più a capire chi parla e
con quale credibilità.



La metafora della biblioteca

È come mettere sullo stesso scaffale enciclopedia, romanzo, volantino anonimo e scritta sul muro.

Tutto appare simile nella forma del feed.
L'algoritmo può mettere davanti ciò che fa più rumore.
Il lettore deve fare più fatica per distinguere qualità e attendibilità.

Nelle crisi la velocità diventa un problema

Quando accade un evento drammatico, X può amplificare vero, falso e mezzo vero



**La bugia emozionante
corre più veloce della
verità faticosa.**

Video vecchi ripubblicati come nuovi.
Immagini decontestualizzate presentate come
prove.
Opinioni estreme che sembrano fatti.
Condivisioni prima della verifica.

Social, algoritmi e giovani

Come Facebook e TikTok trasformano attenzione, relazioni e percezione della realtà



INCONTRO 2 · Algoritmi, social e fake news



“Più una persona resta online, più dati produce e più valore genera per la piattaforma.”



Il mito degli influencer

Quando la felicità diventa una prestazione pubblica

Il messaggio implicito diventa:

**“Vali se sei visto,
vali se piaci,
vali se qualcuno ti segue.”**

Non basta vivere un’esperienza: bisogna mostrarla.
Le vite perfette diventano il termine di confronto continuo.

Il futuro smette di essere “fare qualcosa” e diventa spesso “farsi notare”.



TikTok porta il modello all'estremo

Il legame non è più con i nostri amici, ma con il flusso scelto per noi



La pagina “Per te” non chiede:
“chi conosci?”

**Chiede invece:
“cosa ti tiene qui?”**

Video brevi e poco faticosi da consumare.
Scrolling infinito: ce n'è sempre un altro.
Conta molto il tempo di permanenza: dove ti fermi, cosa rivedi, cosa salti.

INCONTRO 2 · Algoritmi, social e fake news

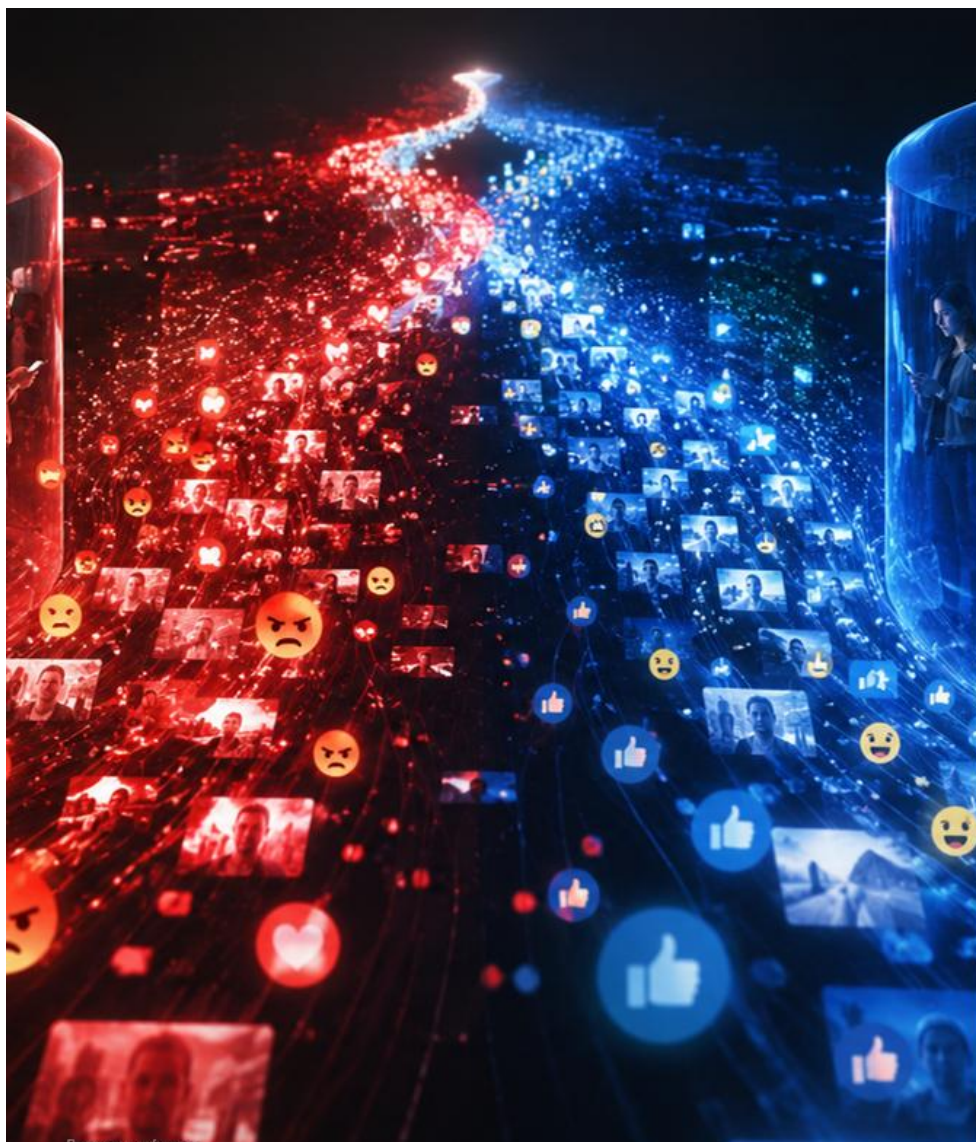
Stessa app, logiche diverse



IN CINA (DOUYIN)
più vincoli, più orientamento, maggiore presenza di contenuti educativi e formativi

NEL RESTO DEL MONDO (TIKTOK)
intrattenimento continuo, engagement, consumo, competizione per l'attenzione

INCONTRO 2 · Algoritmi, social e fake news



La Silicon Valley entra nella geopolitica

Le grandi aziende tech non sono più solo servizi: sono infrastrutture strategiche.

Dati, cloud, intelligenza artificiale, reti satellitari. Piattaforme usate da cittadini, governi, imprese ed eserciti.

La tecnologia civile e quella militare si intrecciano sempre di più.

Il cloud non è una nuvola

È potenza di calcolo, server, infrastruttura fisica e politica



“Può archiviare le foto di famiglia, ma anche gestire operazioni complesse, analisi e sistemi militari.”

La stessa tecnologia può curare o colpire.
Può educare o manipolare.
Può connettere o sorvegliare.
La domanda decisiva è: chi controlla gli strumenti?



La domanda etica

Possiamo ancora raccontare la tecnologia solo come progresso?

Il problema non è la tecnologia in sé.

Il problema è chi la controlla, con quali regole, con quali interessi e con quale trasparenza.

Siamo passati dal sogno del garage alla realtà dell'impero.

Da giovani visionari a colossi capaci di influenzare guerre, governi, opinioni pubbliche e mercati.

**Il paradosso dei social nei
conflitti**
**Possono mentire, ma
possono anche
testimoniare.**

Da una parte: propaganda, immagini false, video vecchi, ricostruzioni sbagliate.
Dall'altra: testimonianze dirette, immagini dal basso, storie che altrimenti resterebbero invisibili.
La rete può deformare la realtà, ma anche impedire che venga cancellata.



Una frattura generazionale nel modo di informarsi

Gli adulti e i giovani costruiscono spesso la realtà da fonti diverse



Prima

Governi, giornali, televisioni.
Tempi più lenti.
Mediazione professionale.

Oggi

Telefono in mano a chi è sul posto.
Creator, attivisti, testimoni, pagine indipendenti.
Video pubblicati prima della troupe televisiva.

Non tutto è perduto

Lo stesso strumento può distrarre o rendere più consapevoli



Il futuro della rete non è già scritto.

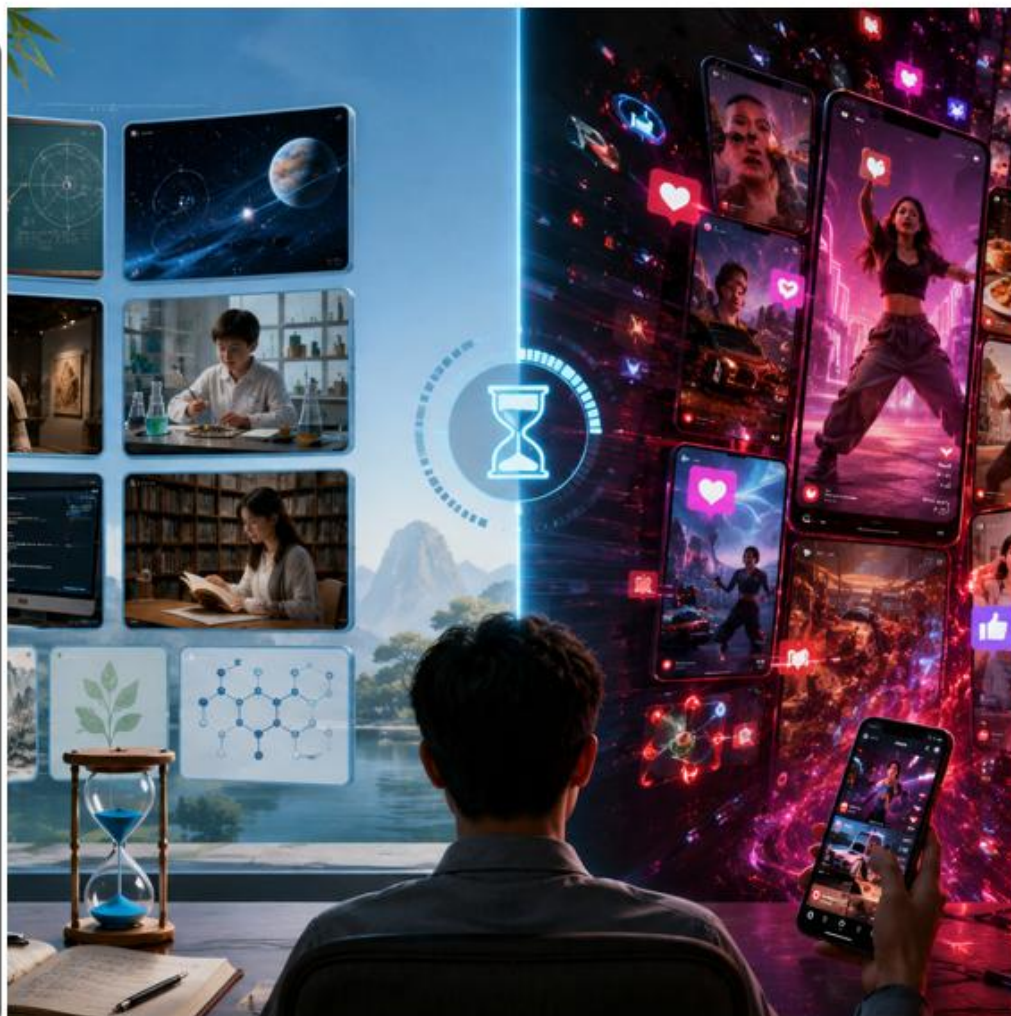
I social possono manipolare, ma anche mobilitare coscienze.
Possono creare rumore, ma anche solidarietà.
Possono diffondere propaganda, ma anche denunciare ingiustizie.

Dipende da uso, regole, trasparenza e responsabilità.

Domanda finale al pubblico

**Come usare la rete
senza subirla?**

Verificare prima di condividere.
Non confondere popolarità e autorevolezza.
Chiedere regole e trasparenza alle piattaforme.
Usare i social come strumenti, non come destino.





Domanda finale

**Se l'algoritmo decide
cosa vediamo, chi
decide l'algoritmo?**

Non basta usare i social: bisogna capirne il funzionamento.

Non confondere popolarità con verità.

Chiedere più trasparenza sulle scelte delle piattaforme.

Educazione digitale = cittadinanza democratica.