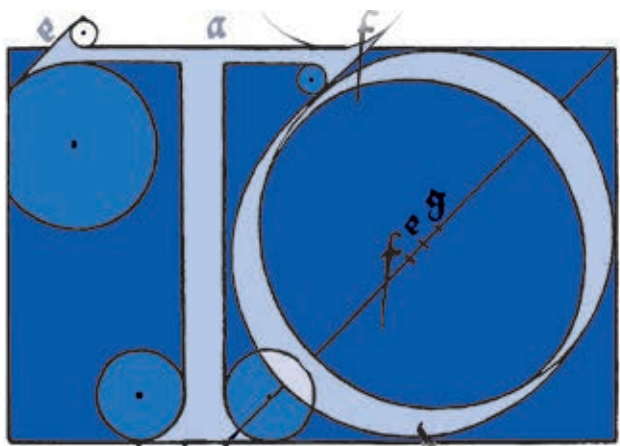




TOSCANA OGGI

GIORNALE LOCALE

33

6 settembre 2026
Anno XXXIV

€ 1,60

REDAZIONE
Via della Colonna, 29
50121 Firenze

SETTIMANALE
REGIONALE
DI INFORMAZIONE

C C Postale: n° 15501505 intestato a Toscana Oggi soc. coop.
Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n° 46) art. 1, comma, 1, DCB (Firenze1).

WWW.TOSCANAOGGI.IT



L'EDITORIALE

Social, il limite non basta: la responsabilità di disconnettersi

di ADRIANO FABRIS

Molti hanno considerato un grande successo la transazione economica che Zuckerberg e la sua società, Meta, sono stati costretti ad accettare a seguito del processo intentato da una corte della California. L'accordo prevede il pagamento di una multa di 18 miliardi di dollari e la definizione di una serie di regole per limitare l'utilizzo delle piattaforme di Meta da parte dei minori. Che si tratti di un successo in parte è vero. Anzitutto viene stabilito il principio che anche negli ambienti digitali alcune regole sono necessarie e che non valgono solo gli interessi del più forte. Poi è riconosciuto il fatto che non tutti gli utenti dei Social sono uguali, che vi sono cioè soggetti più fragili, più esposti, più manipolabili di altri. Tuttavia restano aperti ancora molti problemi, che è necessario approfondire. Ma andiamo con ordine.

Che cosa ha stabilito la corte californiana, dopo una causa intentata da 29 Stati americani? Che Meta entro un anno introduca uno o più metodi per verificare l'età degli utenti. Se si tratta di minori di 13 anni è necessario il consenso dei genitori. Finora, formalmente, l'accesso ai Social dei minori senza autorizzazione dei genitori era proibito, ma non vi erano modi per controllare l'età degli utenti. Meta sapeva benissimo - com'è emerso da documenti interni - che fra questi utenti vi erano bambini, e su ciò ha fatto business. Ecco il perché della condanna e della transazione economica.

La sentenza, però, lascia aperte alcune questioni di fondo. Soprattutto non affronta il tema delle conseguenze nell'uso dei Social. Non stabilisce che gli algoritmi di Meta sono stati costruiti in modo da generare dipendenza e da fare in modo che dalla piattaforma non ci si possa staccare mai, neppure la notte: con tutte le conseguenze che possiamo immaginare, soprattutto per i soggetti la cui personalità è in formazione.

Si parla da tempo, perciò, di proibire l'uso dei Social ai minori. Ci sono buoni motivi per farlo. In tal modo diminuirebbero certamente alcuni rischi a cui sono esposti. Ma proibire non basta. Non basta dire di no. Anche perché c'è sempre il rischio che i divieti vengano poi aggirati: come dimostra l'esempio di Zuckerberg. Bisogna invece affiancare a un quadro di regole generali, precise e condivise, una formazione accurata, che consenta di prendere coscienza dei rischi e delle opportunità che ci vengono offerte dalle tecnologie.

Ecco la questione più importante che finora solo in parte è stata affrontata in modi adeguati ed efficaci. Dobbiamo per prima cosa capire che, come per ogni esperienza umana, anche nel caso dei Social è necessario sapere come usarli. A prescindere dall'apparente immediatezza e facilità del loro utilizzo, è necessaria una competenza specifica, che va acquisita. Certo: bisogna introdurre limitazioni, stabilire regole precise. Ma bisogna anche formare a un uso consapevole e corretto delle piattaforme. Siamo ormai cittadini, oltre che del nostro mondo fisico, anche dei mondi digitali. Dobbiamo vivere al loro interno in maniera giusta e buona: noi e le giovani generazioni. Le sentenze dei tribunali, insomma, sono importanti. Ridimensionano lo strapotere di aziende che, senza che vi fosse stato finora chi lo limitasse, sono in grado d'incidere sui nostri modi di pensare e di vivere. Lo ha ricordato recentemente anche papa Leone. Ma le sentenze non sono sufficienti. E neppure bastano a cambiare le cose quelle multe che, sebbene di un importo che sembra enorme a una persona comune, sono solo una parte irrisoria di ciò che tali aziende guadagnano attraverso il possesso dei nostri dati. Dipende infatti sempre da noi, alla fine dei conti, se usare o meno un Social. Dipende da noi come usarlo, se usarlo bene e quando disconnetterci. Dipende da noi fare le scelte giuste e insegnare a farle. E questo il nostro compito di genitori, di insegnanti, e più in generale, di adulti. È un'ulteriore nostra responsabilità nei confronti delle giovani generazioni.



INVENTARIO

Premio letterario



Racconti e poesie per ricordare Domenico

a pagina 21



Scuola e lavoro

Imprese a caccia di competenze: in Toscana servono 6.600 tecnici

a pagina 9



Il pellegrinaggio

Quattro preti toscani in Terra Santa, santuari vuoti e persone accoglienti

a pagina 14

il CORSIVO

Le parole più cercate su treccani.it? La maggior parte straniere e vecchiotte

di LORELLA PELLIS

La prima parola non fa sorridere. È «femminicidio» la voce più consultata sul portale treccani.it dall'inizio del 2026. Un termine che avremmo preferito non dover imparare e che invece la cronaca ci costringe a incontrare continuamente. Nel 2023 Treccani lo scelse come parola dell'anno per dare un nome preciso all'uccisione di una donna dentro una cultura di violenza e sopraffazione legata al genere. Tre anni dopo siamo ancora lì, a cercarlo. E questo pesa più degli altri dati. Poi la classifica cambia registro. C'è «maranza», vecchia parola tornata a nuova vita per indicare gruppi di giovani di strada. Ci sono «fake news» e «overtourism», notizie false e sovrappollamento turistico; «influencer» e «follower», protagonisti e pubblico dei social; «smart working» e «rider», termini del lavoro; infine «meme» e «selfie» che ci portano ancora nella comunicazione digitale. Qualcosa salta all'occhio. Dopo «femminicidio» e «maranza», le altre otto parole suonano decisamente poco italiane. Curioso per il portale dell'Istituto dell'Enciclopedia Italiana. Nessuna guerra all'inglese, ci mancherebbe. Le lingue hanno sempre preso parole in prestito. Fa sorridere semmai che la stessa Treccani ricordi come a «smart working» sarebbe preferibile «lavoro agile». Tant'è. Ma c'è un altro piccolo mistero: quanto c'è di nuovo tra queste parole? «Selfie», «influencer» e «follower» sono con noi da anni, «fake news» pure. «Smart working» ha conosciuto il boom con la pandemia. «Maranza» circolava già negli anni Ottanta e Novanta. E «meme», almeno come termine, è stato coniato nel 1976. Più che parole nuove, vecchie conoscenze. Ma se continuiamo a cercarle sul vocabolario viene da chiedersi: le usiamo, ma in fondo sappiamo davvero che cosa significano? Parliamo un italiano pieno d'inglese e chiamiamo nuove, parole che hanno già parecchi anni. Però ogni tanto apriamo ancora un vocabolario. Sorry, una buona notizia.