

DDI E NUOVE TECNOLOGIE

discussioni in classe e riflessioni degli studenti del Liceo Classico di Pontedera durante le ore di educazione civica digitale con la prof.ssa Anna Maria Gennai

Terza parte

L. B. Da circa un secolo il nostro mondo ha iniziato un processo di cambiamento e di continua innovazione, apparentemente inarrestabile, innescato dalla concorrenza e dalla competizione tra stati ed aziende.

Il mondo in cui viviamo oggi dunque risulta sempre più competitivo, ed allo stesso tempo sempre più tecnologico ed interconnesso attraverso strumenti e macchine che due secoli fa non sarebbero stati neanche concepibili dalla mente dei più abili uomini di scienza.

L'interconnessione attraverso internet accelera i processi di mercato, dunque la produzione dei beni, il loro confezionamento, la loro vendita attraverso spot pubblicitari rapidi. Il tessuto connettivo della comunicazione umana sta compiendo evoluzioni esponenziali in poco tempo, ed è arrivato come una rete a coprire l'intero globo, non accennando a decrescere, al contrario, tende sempre più verso il potenziamento.

Noi cittadini, non produttori, non venditori e non imprenditori ci colleghiamo a questo "secondo mondo virtuale" attraverso le porte di ingresso a noi più vicine: gli smartphone e i computer.

Gli smartphone ed i computer però dal canto loro, non sono altro che mere porte per accedere al mondo internet che è estremamente vasto, impossibile da comprendere del tutto.

Oltrepassata la prima porta, l'accensione stessa del dispositivo, ci troveremo d'innanzi a numerose altre porte, colorate ciascuna in modo diverso. Sulla parete di destra infatti, troveremo i servizi fondamentali, ovvero: il tastierino per le chiamate, l'applicazione degli SMS, la calcolatrice e tutti i tools (strumenti) di base che un nuovo telefono di ultima generazione necessita per poter essere acquistato.

Sulla parete di sinistra però scorgiamo tre applicazioni particolari, più colorate delle altre, dai colori più vividi, quasi accecanti, sicuramente contrastanti con le colorazioni delle altre applicazioni: sono i social network.

Se inizialmente i social network servivano per connettere persone, per farle riabbracciare nuovamente, dopo molti anni di divisione, come vecchi amici di scuola o di università, persi di vista con il tempo a causa della lontananza e delle scelte di vita differenti, ora, grazie a persone come Mark Zuckerberg e piattaforme come Facebook (il social network che ha sviluppato) ciò è diventato possibile.

Con il tempo però (sedici anni) i social network hanno mutato aspetto, non sono più dunque quel "luogo non luogo" dove vecchi amici possono ritrovarsi, ma sono diventati dei veri e propri market

digitali, nei quali si sono inseriti gli inserzionisti, le imprese e le multinazionali; aziende pronte, tutte quante a vendere prodotti di ogni genere secondo gli interessi di ciascun utente che vengono estrapolati prontamente dai dati di navigazione raccolti dal sito stesso, secondo che cosa noi utenti digitiamo della barra di ricerca e secondo le informazioni personali che consegniamo al momento dell'iscrizione.

In questo modo il sito può bombardarci di pubblicità di prodotti targhettizzati sui nostri interessi, per aumentare così le possibilità di acquisto di essi da parte nostra.

In poco tempo i social network dunque sono passati dal creare una semplice interazione tra la community degli "iscritti" al volere che essi non si scolleghino, in modo tale da massimizzare il proprio profitto attraverso la creazione di condizioni per certi utenti più popolari di pubblicizzare grazie alla propria fama prodotti di aziende che a loro si rivolgono in cambio di compensi pecuniari (questi sono gli influencers, coloro che "influenzano" la moda delle masse, in vari settori dell'imprenditoria).

Per far sì che l'utente rimanga connesso il più possibile alla propria piattaforma, i Social network hanno sviluppato delle tecniche persuasive intriganti per i sensi dell'utente, che deve sentirsi sempre più "dipendente" dal sito, quasi come se fosse "assuefacente" e necessario per il proprio svago.

Attraverso meccanismi di scorrimento dal basso verso l'alto dei post, e la loro estrazione randomica secondo i nostri interessi, Instagram e YouTube simulano virtualmente il concetto della "leva delle slot machines", in modo tale da creare una condizione mentale nell'utente che lo spinga a continuare a "scrollare" i post e a visualizzare contenuti, proprio come un giocatore d'azzardo, che seduto in un casinò, continua a inserire i propri soldi nella slot, aspettando il tanto agognato jackpot.

In questo caso però i proprietari dei social network sono riusciti a sviluppare un sistema molto più sottile e sofisticato della ricerca del jackpot in denaro, poiché difatti esso non è ciò che l'utente cerca.

L'utente infatti, attraverso il sistema che ho citato si lascia trasportare involontariamente da un fiume di informazioni, di immagini, di colori studiati per rimanere impressi nel pensiero, difficilissimo da eludere poiché crea all'interno della mente condizioni psicofisiche particolari che non permettono a chi "scrolla" di staccare il proprio sguardo dallo schermo, in modo tale da massimizzare la quantità di tempo del collegamento alla piattaforma.

L'utente usa i social network per evadere la realtà e approcciarsi nei momenti di pausa o di stress alle proprie passioni e per interfacciarsi a ciò che a lui piace: in questo modo cade nella trappola, e in men che non si dica si trova a "scrollare" decine e decine di post, tutti simili tra loro ed allo stesso tempo completamente vuoti di significato, che, per l'appunto innescano nell'utente la necessità di trovare in quel flusso di informazioni continuo il singolo post che gli dia una carica positiva, anche piccola, ma che faccia scaturire all'interno di sé una sensazione diversa, di appagamento. Il processo però rischia di ripetersi all'infinito poiché, differentemente dal gioco d'azzardo non esistono limiti di denaro, ciò che si sostituisce ad esso è una risorsa tanto preziosa

quanto i soldi: il tempo. Spesso l'utente deve crollare con gli occhi stanchi e in preda al sonno per poter smettere di scrollare.

Esiste anche una sorta di effetto mentale che questo sistema imprime sull'utente, che stanco, stremato decide di scollegarsi, ovvero l'OVERLOAD INFORMATICO.

L'OVERLOAD INFORMATICO consiste nel non riuscire ad assumere più informazioni dal mondo esterno poiché il proprio cervello è già pregno di "tante piccole dosi" di dati assunte guardando i post sul social network di riferimento con il grande affaticamento di occhi e fisico. Per questo, uno studente che "vive" sui social per scappare dalla quotidianità, pur non postando niente sul proprio profilo (dunque non cadendo nell'altra trappola, quella della ricerca del consenso, ancora più devastante in certi casi ancora più devastante in certi casi, se appunto esso non dovesse essere trovato) e non interagendo direttamente con altri utenti, si troverà gravemente in difficoltà nello studio di tutti i giorni, poiché non sarà in grado di incamerare i concetti necessari per la scuola, e vedendosi incapace di farlo, sentendo salire di nuovo il livello di stress, si lascerà trasportare ancora una volta dal "fiume di dati" dello scrollamento dei post, iniziando nuovamente il percorso, e peggiorando esponenzialmente la situazione. Il circolo è vizioso.

I programmatori del sistema hanno creato questo meccanismo proprio perché hanno compreso l'equazione tempo-denaro e sfruttano l'incapacità dell'utente di scollegarsi per inserire pubblicità tra un post e l'altro, massimizzando per l'appunto i profitti dati dalla vendita degli spazi agli inserzionisti.

Dunque quelle aziende che un tempo si prefiggevano lo scopo di connettere il mondo adesso somigliano di più a multinazionali venditrici di spazi pubblicitari ad aziende che hanno necessità di vendere i propri prodotti al dettaglio.

Gli algoritmi dei social network odierni, per quanto possano essere sofisticati, non garantiscono l'infiltrazione di inserzionisti sleali che talvolta promuovono truffe facendosi beffe della buona fede dell'utente e lo fanno attraverso meccanismi psicologici complessi che spesso possono ricalcare la strategia dell'esclusione, della derisione, della creazione di un senso di impotenza, dell'invidia, della pressione emotiva...

Gli inserzionisti sleali sfruttano la fragile psicologia di alcuni utenti e li truffano promettendo loro, in cambio di denaro, prodotti di lusso a buon prezzo, scambi di proprietà "sicuri", videocorsi per diventare milionari in poco tempo, l'amore vero...

Queste promesse fatte da personaggi discutibili, si traducono rispettivamente in transazioni in denaro per prodotti di pessima qualità lavorati come falsi, truffe di proprietà, lezioni completamente vuote di significato per lo studente ma altamente remunerative per gli insegnanti, i quali scompaiono nel nulla al termine di esse, ed infine i ricatti dei siti dei "guru" dell'amore...

Dobbiamo dunque stare vigili su chi si appropria a noi sui social network, dobbiamo fare attenzione a chi elude l'algoritmo, sfruttando i nostri punti deboli contro di noi.

Il nostro compito da attenti cittadini è quello di individuare chi porta una maschera e saperlo neutralizzare prima ancora che possa nuocere alla nostra immagine ed alle nostre finanze.

Proprio perché dobbiamo rimanere vigili, non possiamo non parlare di ciò che sui social network è chiamato fenomeno dell' "hating" ovvero dell' odio gratuito, che spesso viene inferto ad alcuni utenti da altri, sempre in modo feroce e sempre in modo insensato.

Come abbiamo detto in precedenza, tra il 2009-2016 Internet si è trasformato ulteriormente creando le condizioni per il guadagno ed il profitto. Moltissimi giovani ad esempio, dal semplice condividere la propria passione per i videogiochi su You Tube sfoggiando le proprie abilità "in game", trovarono la possibilità di guadagnare soldi grazie ai primi inserzionisti che davano loro denaro in cambio di pubblicità, proprio come abbiamo detto in precedenza. Da semplici videogiocatori che volevano condividere la propria passione, molti ragazzi si sono trasformati in imprenditori digitali.

L'enorme afflusso di utenti, fatti arrivare dalla diffusione di nuovi dispositivi per l'accesso ad internet più convenienti economicamente, però non ha portato alle piattaforme dei social tipo You Tube solo benefici; la platea abnorme formata da decine di milioni di persone creatasi, che poté iniziare a seguire determinati produttori di contenuti, e far loro guadagnare onestamente uno stipendio senza doverli pagare per il loro lavoro di intrattenimento, ha portato, involontariamente un numero considerevole di utenti fantasma, malvagi, che iniziarono a riversare sotto i video o i post di determinati utenti parole velenosissime, spaziando dall' istigazione al suicidio, all'augurio di contrarre malattie gravissime, dall' affossamento del lavoro del "creator di contenuti" attraverso critiche distruttive, alla calunnia...

Inizialmente, non si sapeva come combattere questo fenomeno che sembrava essere inarrestabile, ma poi con il tempo, si è visto che sarebbe stato arginabile senza grandi sforzi attraverso il semplice "lasciare correre".

La strategia del "lasciare correre" per un creator di contenuti famoso e apprezzato su You tube risulta vincente poiché gli "haters", gli odiatori e calunniatori sono stati dipinti negli anni dalla community "sana" stessa, come figure di personaggi frustrati ed insoddisfatti delle proprie vite che sfogano il proprio odio su chi invece al contrario di loro, ha riscosso un certo successo, facendosi forza attraverso la loro identità celata. L'hating dunque, per chi lavora sul web è un problema trascurabile in quanto il commento tossico di certi utenti malintenzionati viene affogato in decine e centinaia di commenti positivi, che neutralizzano la critica distruttiva di un determinato utente, facendola rimanere dunque fine a se stessa. I cosiddetti "leoni da tastiera" (questo nome dispregiativo che è stato affibbiato loro ci fa intuire quanto la community sia stata in grado di identificarli come gruppo nocivo e di neutralizzarli). L'hating dunque è diminuito fortemente negli anni, poiché i creator stessi del web hanno imparato ad ignorarlo perché di fatto le critiche che a loro erano volte anche personalmente erano prive di significato e in ogni caso non riuscivano ad arrestare la crescita di iscritti e mi piace, per questo, il guadagno continuava ad arrivare, e con esso nuovi fan. L' hating nei confronti dei creator è stato, nel 2020 quasi del tutto neutralizzato.

Il cyberbullismo invece è molto più grave, poiché riguarda la denigrazione ed umiliazione di un normale cittadino sia nella vita privata reale che nella sua estensione virtuale poiché (sia la vittima che il carnefice o i carnefici utilizzano i social in modo sporadico e come passatempo, non in modo professionale). Esso, differentemente dal fenomeno dell' hating infatti, si verifica in prima battuta

non sul web ma nella vita reale, quando un gruppo di “bulli” decide di prendere di mira una determinata persona, dopo averla attaccata a scuola con i propri piani sfruttando il web, diffamando, prendendo in giro e distruggendo la persona bersaglio fino a farla rinchiudere in se stessa. Lo stesso può accadere anche tra colleghi sul lavoro ed in molti altri casi in cui vittime e carnefici rimangono sullo stesso piano sociale di contatto e interazione.

Il cyberbullismo dunque risulta essere pericolosissimo in quanto è una diretta ripercussione della vita reale. L'unico modo per fermarlo è agire, immediatamente, interpellando le autorità di riferimento, come genitori, insegnanti e, dirigenti del lavoro, e nei casi più gravi, la polizia postale ed il tribunale.

Un altro elemento a cui dobbiamo prestare attenzione è il fenomeno della diffusione delle notizie false e/o propagandistiche sul web in generale, non solo sui social network.

Il sistema dell'informazione sul web si sta adattando alla struttura stessa di internet, quella competitiva, veloce, che predilige la snellezza del messaggio e del significato di poche parole al vero contenuto, quello espresso in modo meticoloso, preciso e studiato.

Le notizie false infatti vengono spesso sfruttate se non direttamente prodotte dalle macchine di comunicazione propagandistica di determinati partiti politici, che hanno necessità di veicolare i propri slogan nel minor tempo possibile e con la più alta possibilità persuasiva sfruttando gli algoritmi.

Per questo, la diffusione di un tipo di informazione approfondita tende a disperdersi, poiché non genera “scandalo” o “share” allo stesso ritmo delle notizie false o fortemente propagandistiche che sintetizzano in slogan interi articoli di giornalisti valenti, naturalmente distorcendone o cambiandone totalmente il significato a seconda delle proprie necessità di far presa sull'uditorio/elettorato.

In questo modo i giornali sono disincentivati dal produrre pubblicazioni approfondite di argomenti a 360°, poiché sanno che tali lavori non venderebbero tanto quanto “notizie lampo”, comprensibili da tutti e facilmente adattabili all'indirizzo ideologico del proprio giornale, qualunque esso sia.

Nel 2016 durante la campagna per le presidenziali degli USA, in un'intervista rilasciata al Washington Post, alla domanda: “Signor Trump, cosa ne pensa delle accuse nei suoi confronti circa l'utilizzo nella sua campagna elettorale di notizie false?”; il candidato, sprezzantemente rispose: “Funzionano”.

Questo ci fa capire quanto le fazioni politiche al giorno d'oggi si appoggino a questo tipo di strategia per ottenere consensi e manipolare l'elettorato. Il rischio per le democrazie risiede nel fatto che la produzione di stratagemmi simili porterà alla distruzione di ogni pensiero critico nell'arco di due generazioni a partire da oggi, producendo in media individui non in grado di analizzare la realtà dei fatti e dunque facilmente manovrabili, da poche, semplici e rapide parole.

Quello che noi dovremmo fare nella nostra quotidianità è imparare a riconoscere una notizia falsa o approssimativa, intuirne lo schema e probabilmente il suo scopo propagandistico al fine di neutralizzarla con efficacia. Dobbiamo premiare il lavoro di chi crede che l'informazione

approfondita sia un cardine della società libera, un bene troppo prezioso per essere gettato al vento.

Un ulteriore pericolo che certi tipi di notizie possono incarnare è quello di trasformarsi letteralmente in proiettili acuminati, pallottole sparate contro la dignità di una persona come affondi per eliminarla attraverso la gogna mediatica che in pochissimo tempo mediante la condivisione raggiunge fette grandissime di uditorio, e non è nella maggior parte dei casi contro argomentabile, poiché molte notizie false condivise da un numero enorme di individui diventano nell'immaginario collettivo "vere", sebbene non siano altro che calunnie. Questa tecnica si usa anche per far crollare le borse di uno stato.

Per concludere voglio trattare un argomento di cui non si parla spesso ma che rischia, specialmente negli anni che seguiranno, di apparire sulle prime pagine dei più importanti giornali di inchiesta e cronaca di tutto il mondo; voglio parlare della parte "censurata" del web, della quale solo pronunciare il nome ad alta voce persino tra amici fa scorrere un brivido lungo la schiena, per questo si evita di parlarne: il "deep web", l'Internet profondo e l'oscuro e terrificante "Dark web".

Poniamo questa situazione ed analizziamola: un ragazzo oggi si è svegliato di buon umore, nel fine settimana, e dopo giorni di lavoro intenso decide di concedersi una vacanza, un viaggio avventuroso, essendo lui un amante di paesaggi e situazioni estreme. Dunque, per scegliere la meta della sua prossima avventura decide di accendere il suo smartphone e guardare alcuni video su You Tube dei suoi creator di contenuti preferiti, che portano sul suo schermo i loro viaggi in paesi esotici e lontani.

Uno tra i video che osserva, lo intriga molto, non per la bellezza del luogo, un trekking sulle Ande del Perù, ma per lo zaino che durante il video il ragazzo porta sulle spalle: un pezzo veramente costoso che gli sarebbe piaciuto acquistare un giorno, ma che nel momento vedeva essere sponsorizzato dal suo creator di fiducia.

Quindi, il nostro ragazzo si pone una domanda: "Quanto sarà stato pagato dall'azienda produttrice dello zaino, per concedere quella sponsorizzazione?".

Difatti sebbene chiunque possa rintracciare il video ed assistere allo "Youtuber" che sulle Ande ci mostra le grandiose qualità dello zaino da lui posseduto, non ci è possibile rintracciare (per ovvie ragioni) le conversazioni e le contrattazioni dei prezzi tra lui e la ditta committente/offerente, queste ultime infatti sono celate da complicati meccanismi di algoritmi che proteggono la conversazione e schermano dunque ogni possibile infiltrazione dall'esterno per la tutela della privacy.

Le chat sono protette da particolari programmi, perché come abbiamo detto in precedenza sono corrispondenza privata, e proprio come esse lo sono anche quelle di tutti gli altri utilizzatori della rete, dai servizi di messaggistica su Whatsapp, a quelli di Instagram, delle Mail, delle Chat di gruppi privati in forum online, come anche conti di banche o codici segreti per l'accesso a contenuti limitati di servizi a pagamento personalizzati, account sanitari e segreti corporativi e aziendali; in pratica tutto ciò che è online ma è privato, risulta essere nel traffico globale del web per il 90% di esso.

I social network, e i contenuti direttamente accessibili di siti di vario genere, appartengono allo strato del "surface web" ovvero dell' "internet di superficie", quello raggiungibile da chiunque attraverso un qualsiasi motore di ricerca. Tali contenuti sono solamente il 4% circa del traffico totale globale di Internet.

Se il ragazzo in questione rimanesse ossessionato dal motivo per il quale il creator di contenuti avesse proprio quel modello di zaino sulle proprie spalle, se fosse stato un Hacker sarebbe riuscito facilmente a penetrare nello strato del deep web ed osservare attraverso artifici informatici la Chat tra la ditta offerente e lo Youtuber in questione, penetrando attraverso gli strati di algoritmi difensivi con la tecnica del fishing.

Spesso alcuni Hacker utilizzano dei metodi particolari per infiltrarsi nelle vite delle proprie vittime ed estrapolare i dati di cui hanno bisogno, dati che sono privati e personalissimi, che in condizioni normali non dovrebbero essere diffusi.

Gli Hacker dunque attraverso lo "Spear Fishing" (pesca con la lancia) arrivano a intrappolare la vittima inviandole per indirizzo mail una lettera che sembri quanto più verosimile possibile (trojan), e non appena essa la aprirà subito un virus prenderà il controllo del computer, portandolo senza difese alla mercé dell' Hacker che aveva inviato il messaggio.

Dunque chiunque potrebbe rubare dati sensibili da un altro individuo e utilizzarli contro di lui con ricatti ed estorsioni oppure rubare direttamente l'identità della vittima, e, avendo accesso ai dati bancari di quest' ultima, potrebbe prosciugarle il conto corrente in poco tempo: in un click potremmo rovinare la nostra vita, poiché spesso non si conoscono certi tipi di truffe informatiche, dal momento che l'internet si è affermato da poco e non esistono ancora anticorpi e consapevolezza per affrontare certe situazioni spinose. L'unica cosa da fare in prevenzione è usufruire di una polizza assicurativa all' avanguardia per proteggere i propri beni se Fishati "fatti abboccare all' amo" ed in seguito rubati, non solo, ma anche cambiare ovviamente tutti i dati di accesso deve essere utilizzato come metodo risolutivo per tamponare ed arrestare l'emorragia di denaro dai propri depositi bancari, oppure dei propri segreti professionali che altrimenti farebbero comodo alla concorrenza.

In questo caso poniamo che il giovane Hacker in questione sia riuscito ad entrare nella corrispondenza privata dello youtuber, ed in seguito, per la disattenzione di quest' ultimo, nel suo computer, dunque non solo ottenendo le informazioni che cercava, ma addirittura entrando in possesso di tutte le transazioni avvenute tra lui e altre aziende, si rende dunque conto che nella sua casa il "creator" possiede un vero e proprio tesoro di strumentazione e gadget che a lui farebbe molto comodo, quindi, estrapola dai dati del computer della vittima le coordinate della sua abitazione.

Il nostro Hacker, per lavoro, durante la settimana, non ha fatto altro che accedere al cosiddetto "dark web" per portare avanti i propri traffici illeciti, dunque dispone di denaro "informatico" liquido da investire nuovamente.

Il dark web, il "web oscuro" è letteralmente l'abisso di internet, la parte più profonda da raggiungere, e non la si trova se non cercata volontariamente, e chi lo fa, chi la visita deve essere

rigorosamente anonimo, attraverso browser che garantiscano all'utente di schermare il proprio traffico dati, non rivelando dunque la posizione ed il dispositivo da cui ci si connette (TOR engine, vari VPN e DuckDuckgo). Sul "dark web" accadono le cose più atroci che si possano immaginare, infatti esso è un luogo di traffico di criminalità, avrei potuto dire stupefacenti ma essi non sono altro che una parte della merce trafficata nell'abisso di internet, lontano dagli occhi vigili delle forze dell'ordine.

L'animo umano è in grado di fare cose meravigliose, lo abbiamo visto nel corso della storia, quanto in certe persone l'ispirazione abbia portato a compiere opere immortali di bene ed atti eroici. Allo stesso tempo, dobbiamo ricordarci che l'uomo è stato capace anche dell'inverso, ovvero di crimini indicibili e terrificanti al solo pensiero...

Il "dark web" rappresenta il lato oscuro dell'indole umana.

Nell'abisso di internet esistono siti che vendono droga al dettaglio, armi automatiche di ogni calibro, ordigni artigianali, armi pesanti trafugate da basi smantellate, vendita di prodotti rubati, merce falsa e dannosa, rivendita al mercato nero di gioielli, dati di conti bancari rubati, carte di credito clonate a prezzi bassi, passaporti falsi e cittadinanze fasulle, vendita di organi illeciti, sostanze dopanti...

Questi sono alcuni dei "prodotti" che possono essere comprati sul mercato nero, muovono miliardi di dollari all'anno, ma sono solo una porzione ridotta di ciò che si può "comprare" sul dark web, infatti esistono alcuni soggetti nel mondo che arrivano ad ordinare non solo prodotti illegali, ma addirittura esseri umani, letteralmente schiavi, materiale pornografico estremo e terrificante (con estremo intendo ogni parafilia possibile che una mente malata possa concepire, le parole non possono descrivere certe atrocità criminali).

Sul sito di raccolta del deep web (hidden wiki, la wikipedia nascosta) sono presenti numerosi link per siti altamente illegali tra i quali compare anche quello della cosiddetta red room, nella quale macellai umani torturano vittime rapite secondo gli ordini di spettatori disturbati che pagano per veder eseguiti i propri ordini, inferti sul corpo delle vittime.

L'hacker dunque dopo aver collezionato bitcoins (criptovaluta irrintracciabile utilizzata per i pagamenti nel dark web) durante la settimana, rivendendo i dati di carte di credito clonate su siti come "the silk road" o "empire market", dopo averli rubati da vittime come lo Youtuber, decide di assoldare un sicario su un sito di mercenari per uccidere o pestare la vittima stessa, entrare nella sua abitazione e rubare tutti i prodotti a cui è interessato in cambio di un lauto compenso in bitcoins. Questa, sul dark web è una possibilità esistente.

Quello che noi cittadini dobbiamo fare è in primo luogo cancellare lo spam delle mail che arrivano nella nostra casella, altrimenti ci potremmo esporre al rischio di avere capitali trafugati dal conto corrente, carte clonate e rivendute al migliore offerente nel dark web. In seguito dobbiamo tenerci lontani da luoghi di illegalità come quelli che ho appena descritto, pur conoscendo la loro struttura e la loro pericolosità, perché se non sapessimo della loro esistenza, nella vita di tutti i giorni non conosceremmo il vero volto del nemico, e soprattutto non sapremmo come contrastarlo.