

Temporary Social Media

Andrea Campanella
793938

Luca Tarallo
794087

Abstract

La scelta di cosa ricordare e cosa dimenticare è sempre stata fondamentale nelle società di ogni tempo: ricordare qualcosa voleva dire attribuirne importanza e dimenticare eliminava il superfluo. La memorizzazione era molto costosa, economicamente e temporalmente. La selettività della memoria permetteva la libertà e la spontaneità delle azioni e delle conversazioni. Nel mondo digitale, invece, dimenticare anche le cose quotidiane e banali non è più possibile, in quanto tutto viene salvato e archiviato: ricordare è divenuto il default. Le persone e la società sentono però la necessità di un oblio digitale: scegliere cosa salvare e cosa cancellare, rendendo il mondo online più simile al mondo offline, garantendo la reputazione, la spontaneità e l'oblio digitale. Vi sono anche leggi che introducono il concetto di oblio digitale.

Sull'onda della necessità di contenuti "temporanei" sono nate alcune applicazioni che permettono di gestire temporalmente i contenuti. La più diffusa e la prima è Snapchat, che dà la possibilità di inviare foto che "durano" al massimo 10 secondi e poi vengono eliminate, simile a Poke, sviluppata da Facebook. Per quanto riguarda l'invio di testo ci sono Confide, Wickr e Telegram.

Con queste nuove tecnologie, estendibili oltre il campo dei vari tipi di "chat", si può riuscire a recuperare una dimensione di spontaneità nelle relazioni online, salvaguardare maggiormente la privacy e la reputazione e ripristinare l'oblio digitale, favorendo la qualità dei contenuti rispetto alla quantità.

Sommario:

- 1 Introduzione al concetto di oblio digitale
- 2 Esempi di applicazioni con contenuti temporali
- 3 Discipline della comunicazione e aspetti teorici
- 4 Conclusioni e futuri sviluppi
- 5 Bibliografia

1. Introduzione

Nella società moderna è cambiato il ruolo della memoria ed anche cosa e come ci si ricorda.

1.1 La memoria nell'era pre-digitale

Fino all'epoca digitale moderna il ricordo e la memorizzazione erano costose e spesso limitate nel tempo. La memorizzazione fisica comportava infatti grandi sforzi: la trascrizione del documento, la salvaguardia delle copie, il costo elevato dello strumento e della mano d'opera per la copia. Anche il tempo per memorizzare qualcosa era significativo nel bilancio finale. La memorizzazione era un processo imperfetto: le copie non erano esattamente identiche in quanto veniva introdotto quasi sempre un errore, una piccola modifica. Qualora poi un'informazione fosse stata tramandata solo attraverso la memoria umana ancora di più era sottoposta a corruzione e a oblio.

La difficoltà di ricordare è stata dunque per molti anni un filtro notevole su ciò che veniva preservato nella memoria comune. La società sceglieva di salvare dall'oblio le cose importanti come avvenimenti storici, opere artistiche di grande valore, scoperte scientifiche e tecnologiche, leggi e tradizioni importanti. Le informazioni prima di essere salvate venivano elaborate, organizzate, contestualizzate e strutturate in modo da divenire un patrimonio degno dello sforzo di memorizzazione. La società ha sempre cercato di migliorare la sua capacità di memorizzazione, passando dal linguaggio alla scrittura primitiva, dall'alfabeto alla stampa per accrescere il suo patrimonio.

Tutto quello che la società invece non riteneva importante da essere ricordato in quanto "comune" cadeva nell'oblio e veniva dimenticato. Così avveniva per la vita e le azioni della maggior parte degli uomini.

1.2 La memoria nell'era digitale

Nella società digitale invece il processo si è completamente invertito: dimenticare è diventato costoso, non in termini economici ma in termini temporali, è più facile salvare tutto piuttosto che perdere tempo a decidere cosa effettivamente ci serve. Grazie alle tecnologie di memorizzazione odierne e al loro costo irrisorio è possibile infatti registrare pressoché qualsiasi informazione. Vengono memorizzati i siti internet che visitiamo, dove ci troviamo ad una certa ora del giorno, qualsiasi contenuto che scriviamo sul nostro computer o pubblichiamo online. Ogni nostra comunicazione produce informazione, che viene memorizzata.

"Ricordare" è diventato il default, lo standard.

Spesso una persona non è a conoscenza di cosa effettivamente venga memorizzato su di lui, o con quali politiche si registrino le sue azioni online. Spesso i dati vengono salvati a nostra insaputa, o sfruttando il concetto di silenzio assenso: qualora esplicitamente non si scelga di non permettere la memorizzazione quest'ultima avviene. Le informazioni raccolte vengono poi sfruttate per effettuare una profilazione degli utenti, utile a diversi scopi, primo dei quali quello pubblicitario.

La mole di informazioni che viene preservata su ciascuno cancella la possibilità dell'oblio, cioè la possibilità di dimenticare. Nell'era pre-digitale, per esempio, un "errore" di

gioventù tale veniva considerato e dopo poco tempo dimenticato, mentre ora una foto o una frase di anni prima può influire significativamente sulla vita anche dopo decenni. L'esempio citato dal libro "Delete" è quello di una professoressa a cui è stato rifiutato il posto di lavoro in una scuola a causa di una foto che la ritraeva con un cappello da pirata e un bicchiere di alcolico in mano durante una festa anni prima.

La memorizzazione massiccia comporta inoltre una difficile discriminazione dell'importanza dei dati e molto spesso questi dati sono decontestualizzati rispetto al tempo e al momento per cui erano stati concepiti: una frase estrapolata da un libro, da un articolo o da un discorso assumerà un significato diverso se considerata a se stante rispetto a quello che effettivamente possedeva nel pensiero completo dell'autore. Nella società odierna, il flusso di informazioni è talmente ampio che è complesso distinguere ciò che è importante da quello che invece è secondario, ad esempio notizie vere da quelle false.

Nella società digitale il singolo utente perde potere a favore di coloro che detengono le informazioni, in quanto non può controllare i suoi dati personali, poiché coloro che li detengono possono utilizzarli per scopi anche lesivi nei confronti dell'utente.

Il potere sull'informazione passa dunque dal possederla, come nell'era pre-digitale, al controllo di accesso e alla capacità di organizzarla e sfruttarla.

1.3 Ripristinare l'oblio digitale

Per ripristinare l'oblio digitale, ridare il controllo all'utente delle proprie informazioni personali, tornare ad avere una qualità di ciò che si memorizza e salvaguardare l'importanza del ricordo sono possibili diverse soluzioni. La singola persona può attuare comportamenti di auto-censura, di cautela o la più radicale astinenza digitale. Alla base di questo comportamento c'è la consapevolezza della completa memorizzazione che spinge a relazionarsi online in maniera molto più cauta, pubblicando poche cose e poco sensibili in modo che la "reputazione" rimanga intatta. Il concetto alla base di questi comportamenti è l'educazione, l'adeguamento cognitivo comune che sottolinea l'importanza delle informazioni, le conseguenze della diffusione online e i danni che possono provocare. L'approccio educativo è di complessa attuazione, infatti il concetto richiede anni per raggiungere tutta la società e presuppone la volontà di rinunciare ai molti vantaggi che il web offre.

L'oblio si può ripristinare anche attraverso leggi e regolamentazioni di ecologia dell'informazione, di contestualizzazione perfetta e per la tutela della privacy. Tali regole restringono la possibilità di memorizzare, elaborare e sfruttare i dati personali. Lo scopo è quello di giungere a un'autodeterminazione informativa dove l'utente è a conoscenza della particolare possibilità di utilizzo e del contesto in cui autorizza a utilizzare le proprie informazioni. Le leggi potrebbero essere efficacemente applicate attraverso strumenti tecnologici di gestione della privacy, quali i DRM, obbligando l'uso corretto delle informazioni. Il drawback di una soluzione "legislativa" è la sua poca duttilità. Nel mondo digitale, in perenne mutamento, è necessario un continuo adeguamento dei regolamenti alle nuove situazioni che si presentano.

L'Unione Europea ha promulgato nel 2012 un proposta di legge per reintrodurre l'oblio digitale che i paesi membri dovranno applicare entro il 2015. La legge impone ai fornitori

di servizi online di passare dalla regola dell'opt-out, dove i dati dell'utente, a meno di una sua esplicita richiesta, appartengono al fornitore a quella dell'opt-in, secondo cui l'utente è il solo proprietario dei dati ed è lui a decidere come usarli. Tale norma dà il totale controllo e accesso ai propri dati all'utente, impone una maggiore trasparenza sulla raccolta degli stessi e sugli scopi per cui vengono utilizzati. Si stabilisce che i possessori dei dati, cioè gli utenti, vengano informati sul trasferimento a terzi. La normativa obbligherebbe inoltre a salvare solo le informazioni pertinenti per l'attività online e con uno scopo dichiarato, provandone le motivazioni, il che introdurrebbe una migliore contestualizzazione dei dati.

Le soluzioni fin qui presentate non sono esclusive, anzi si adattano bene a particolari aspetti e ciascuna risolve alcune problematiche dell'assenza di oblio digitale e di gestione delle informazioni. Possono essere applicate in maniera congiunta, rinunciando però ad una soluzione completa del problema e non tenendo conto di un aspetto importante: il tempo.

1.4 Il tempo

Il tempo all'interno della memorizzazione è un concetto fondamentale, nell'era pre-digitale le informazioni erano soggette all'usura temporale, reale o "cognitiva": dopo un certo periodo era scontato che un'informazione venisse distrutta oppure che non la si ricordasse più. La durata di un'informazione o di un dato era stabilita dalla sua importanza, più questa era elevata, più aumentavano gli sforzi di conservazione e quindi la durata del dato stesso. Ci si sforzava meno di ricordare le cose poco rilevanti che cadevano dunque nell'oblio, venivano dimenticate. Nell'era digitale invece tutto rimane memorizzato, identico, per sempre.

Per reintrodurre il concetto di oblio temporale nell'era digitale possiamo utilizzare una "data di scadenza" per le informazioni digitali. La data di scadenza è un'informazione aggiuntiva del file, una meta-informazione, che dice fino a quando quel file dura, permane nella memoria digitale. Passata questa data il file si autodistrugge, non essendo più valido. La data di scadenza di un file è stabilita dall'utente che crea quel file o che condivide l'informazione e dipende dall'importanza che l'utente attribuisce a tale informazione. La data di scadenza reintroduce il concetto di oblio temporale e permette anche all'utente di gestire più adeguatamente le proprie informazioni. Se un'informazione è considerata importante avrà una data di scadenza molto lunga e verrà quindi memorizzata e mantenuta, mentre se invece si sta solo mandando una foto ad un nostro amico si sceglie una data di scadenza a breve termine, in modo che poi non ne rimanga più traccia.

L'introduzione della data di scadenza favorirebbe la qualità di dati al posto della quantità che oggi prevale. Se prendiamo come esempio una persona, dopo l'introduzione della data di scadenza, avremo su di lui le informazioni reali e importanti, che lui stesso ha scelto di condividere e che effettivamente lo rappresentano. L'uso dei dati potrà essere dunque più oculato e corretto, essendo effettivamente pertinenti alla persona.

La data di scadenza chiaramente però non risolve tutti i problemi e presenta alcune lacune. Innanzitutto non è una soluzione per l'utilizzo dei dati personali presenti online, non protegge, infatti, il diritto alla privacy. La data è una soluzione ottimale se il

proprietario o l'interessato al dato è un singolo utente, mentre se l'oggetto è comune bisognerà instaurare un meccanismo di contrattazione sulla data di scadenza, che ne complica l'utilizzo, vista la possibile disparità di potere informativo tra le due parti. Per potere informativo si intende ciò che un esterno può fare con delle mie informazioni, quanta possibilità di scelta e di azione ho io sulle informazioni una volta condivise su internet. La data di scadenza richiede comunque un livello di consapevolezza sull'uso e la diffusione dei propri dati maggiori rispetto a quello che la società odierna possiede.

2. Applicazioni

Le applicazioni più popolari che rientrano nella categoria dei temporary social media e che abbiamo analizzato sono Snapchat, Confide, Wickr, Poke e Telegram. Tutte queste rispondono all'esigenza dell'oblio digitale e lo realizzano attraverso la gestione temporanea dei contenuti, che hanno un tempo di vita prestabilito dall'utente che li crea, la protezione contro la copia, che cerca di limitare la duplicazione tramite screenshot e non consente l'inoltro a terzi, la crittografia. Sono tutte applicazioni orientate al mobile, essendo pensate come alternativa agli sms e alla messaggistica tipo Whatsapp.

2.1 Snapchat

Snapchat, nata nel settembre 2011, è stata la prima applicazione che verte su contenuti temporali ad avere un grande successo ed è sviluppata per iOS e per Android. Permette di scattare una foto, aggiungere una didascalia o disegnare sopra l'immagine e inviarla. All'atto dell'invio si sceglie un tempo, i secondi da 1 a 10 e i destinatari fra i nostri contatti a cui inviarla. L'immagine può essere anche aggiunta allo "storico" in modo che sia visibile ai nostri contatti un numero illimitato di volte nell'arco di 24 ore. Le immagini sono eliminate dai server di Snapchat e dai dispositivi coinvolti una volta che è scaduta la loro durata temporale. Qualora il destinatario non visualizzi l'immagine inviata, quest'ultima rimane sui server per 30 giorni e poi viene eliminata.

Per quanto riguarda la sicurezza, l'applicazione non impedisce fisicamente uno screenshot del device, ma qualora venga effettuato lo segnala al mittente. I dati sono criptati sui server e nascosti sui dispositivi mobile, ma con poche conoscenze è possibile recuperarli: esistono alcune applicazioni che permettono di accedere alle immagini e salvarle localmente a patto che non siano già state visualizzate in Snapchat.

L'applicazione continua i suoi miglioramenti da un punto di vista della sicurezza, ma è molto complesso chiudere completamente l'accesso ai dati.

Gli utilizzatori di Snapchat sono principalmente giovani e adolescenti tra i 13 e i 23 anni, ma sono presenti anche persone oltre i 40 anni.

L'applicazione ha avuto un grande successo perché sfrutta il concetto di amicizia e contatto introdotto da Facebook, ma con dinamiche sociali paragonabili a Whatsapp, il tutto concedendo un forte controllo sui contenuti all'utente, che favorisce la spontaneità. Il successo è dovuto anche all'aspetto ludico delle features di disegno e didascalia sui contenuti.

2.2 Poke

Poke è la risposta che Facebook ha lanciato nel dicembre 2012 dopo il successo, avvenuto dal 2011, di Snapchat per cercare di riprendere gli utenti che erano passati a comunicare attraverso questa piattaforma. Le funzionalità di Poke sono pressoché identiche a quelle di Snapchat: la possibilità di inviare foto, con commenti e disegni, ai nostri amici scegliendo la durata temporale per cui saranno disponibile, fino a 10 secondi. Poke aggiunge la possibilità di inviare messaggi temporanei e di aggiungere la localizzazione al contenuto che si invia.

La differenza maggiore di Poke rispetto a Snapchat riguarda i Terms Of Service e il comportamento rispetto ai contenuti condivisi: Poke, infatti, è collegato ai termini di servizio di Facebook e permette al social network di salvare, legalmente, tutti i contenuti che vengono condivisi attraverso l'app. L'azienda ha specificato che l'encryption key degli oggetti viene cancellata dopo 2 giorni, rendendoli di fatto illeggibili, ma in alcuni casi il periodo di permanenza sui server può essere di 90 giorni, per motivazioni non meglio specificate.

Poke è dunque molto meno sicuro e anonimo per quanto riguarda la privacy rispetto a Snapchat, anche perché l'utente si collega con il proprio profilo di Facebook e non con uno username che potrebbe proteggere l'anonimato.

Poke è stato un flop, in quanto non è riuscita a recuperare gli utenti che erano passati da Facebook a Snapchat, perdendo anche utenti rispetto alla già modesta base di partenza. Le motivazioni dell'insuccesso possono essere diverse, sicuramente la poca fiducia nella privacy che ormai si ripone in Facebook, ma anche il fatto che gli utenti sono abituati ad usare Snapchat e sono restii a cambiare applicazione.

2.3 Confide

Confide è un'app che si concentra su messaggi di testo che si autodistruggono, compete quindi con gli sms e i messaggi di chat testuali. È nata come "Snapchat for business", cioè come soluzione per mantenere la riservatezza in comunicazioni aziendali quali discussioni su accordi, faccende legali, job referrals, gestione delle risorse umane. Attualmente (Marzo 2014) è disponibile solo per iOS; l'app fa uso di crittografia end-to-end per proteggere i messaggi, che comunque verranno eliminati una volta letti dal destinatario. Per ostacolare gli screenshot, la lettura del testo avviene scorrendo il dito parola per parola, non è quindi possibile visualizzare il messaggio per intero sullo schermo in nessun momento, inoltre lo screenshot verrebbe comunque notificato dal sistema sia al mittente sia al destinatario.

2.4 Wickr

Wickr si definisce un servizio che offre gratis crittografia di livello militare per messaggi audio, video e testuali; l'app è disponibile per iOS e Android, anche se la versione Android è ancora in beta. La mission di Wickr è di garantire una comunicazione senza lasciar tracce: come le altre app viste dispone di un timer per impostare la vita dei contenuti e promette di eliminare qualsiasi metadato relativo a timestamp, localizzazione, informazioni sul device. È un'applicazione business oriented, che supporta anche le

conversazioni di gruppo.

Per quanto riguarda la sicurezza, tutti i dati che vengono comunicati al server sono criptati con una chiave nota solo al client, così come sono criptati i dati identificativi degli account e dei devices: Wickr infatti riconosce, oltre alla chiave che identifica l'utente, il dispositivo connesso al servizio, in modo da limitare ulteriormente un eventuale accesso non autorizzato.

Le immagini inviate con Wickr sono visibili solo tenendo il dito appoggiato sullo schermo, ciò dovrebbe rendere più difficile la creazione di screenshot, operazione bloccata nativamente dall'app Android ma non nella versione iOS, per restrizioni tecniche. A nostro avviso questo è l'unico punto debole di Wickr, contando il fatto che gli screenshot non vengono nemmeno notificati al mittente.

2.5 Telegram

Telegram è un'applicazione gratuita fondata nel 2013 dai fratelli Durov, i creatori di VKontakte, "il Facebook russo". È salita alla ribalta a marzo 2014, quando è risultata tra le alternative favorite dagli utenti al posto di Whatsapp, che ha destato alcune perplessità nei suoi users a seguito dell'acquisizione da parte di Mark Zuckerberg e del downtime di qualche ora avvenuto pochi giorni dopo.

L'app possiede tutte le features di Whatsapp, quindi chat testuale, anche di gruppo, e condivisione di foto, video e file. Le differenze sono che Telegram è cloud-based, open source e crittografata secondo il protocollo MTProto, creato ad hoc e anch'esso open. La crittografia nelle conversazioni standard è client-server/server-client e i dati crittografati sono memorizzati sui server dell'applicazione per permettere la sincronizzazione tra client su vari dispositivi; la parte temporary di Telegram si trova nelle cosiddette "secret chat", conversazioni crittografate in modo client-client, che non si sincronizzeranno però tra i vari dispositivi su cui è installato Telegram. In queste conversazioni è possibile condividere tutti i contenuti inviabili con le chat normali, così come effettuare conversazioni di gruppo, il tutto avendo la possibilità di impostare un timer di vita per i contenuti postati (da 2 secondi a 1 settimana).

2.6 Tabella di Confronto

Applicazioni Data di Scadenza	Snapchat	Poke	Confide	Wickr	Telegram
Qualsiasi tipo di file	Foto e video	Messaggi, Poke, foto e video	Messaggi	Messaggi, foto e file	Messaggi, foto e file
Qualsiasi metadato	Testo, disegno	Testo, disegno	-	-	-
Durata a scelta, anche infinita	Da 1 a 10 secondi	1,3,5,10 secondi	Fino a quando viene letto completamente	Durata a scelta dell'utente fino a 6 giorni	Durata a scelta dell'utente fino a 14 giorni
Da gestire con implementazioni tecniche (DRM)	Screenshot alert	Screenshot alert	Screenshot alert	Screen impedito da Android, possibile su iOS	Nessuna restrizione
Indipendente da applicazione	Username a scelta	Facebook username	Numero di telefono, username a scelta	Numero di telefono, username a scelta	Numero di telefono
Dati criptati e gestiti da un sistema presente su tutti i device	Foto cancellate completamente dal server per sempre	Termini di servizio di Facebook	Messaggi cancellati completamente	Dati criptati e cancellati completamente	cloud-based, crittografata con protocollo MTPProto
Nessuna limitazione di durata del contenuto	10 secondi massimo per un video	10 secondi massimo per un video	-	-	-
Indipendente da contatti e vale per ogni scambio di file.	Amici di Facebook, telefono e amici con lo username	Amici di Facebook	Amici di Facebook, numero di telefono, mail, username	Numero di telefono, mail, username	Numero di telefono

2.7 Pro

- persistenza digitale definita
- controllo dell'utente su copia dei contenuti
- soddisfacimento parziale dell'oblio digitale
- dati più sicuri (crittografia)
- salvaguardia della privacy

Le applicazioni implementano l'idea di persistenza digitale definita, cioè permettono l'esistenza di dati con una durata temporale scelta dall'utente, conclusa la quale si autodistruggono. Di conseguenza l'utente controlla molto più strettamente le copie dei suoi file: un dato non può essere copiato senza che l'utente venga avvisato, oppure questo è impedito dal software. Attraverso la crittazione dei file inoltre l'utente si assicura che nessun ente terzo, possa leggere, catalogare e sfruttare i suoi dati per interessi personali o economici, come ad esempio per una profilazione degli interessi a scopo pubblicitario. Attraverso la cancellazione dei contenuti però è possibile mantenere la privacy sui propri dati, salvaguardando la nostra identità online e la nostra reputazione.

Le applicazioni soddisfano quindi in buona parte l'oblio digitale, in quanto eliminano i contenuti e i dati dell'utente; d'altro canto le soluzioni proposte sono solo parziali, poiché si riferiscono a specifici tipi di file, come foto e testo e si applicano esclusivamente a dispositivi mobile in un ambiente chiuso all'esterno com'è un'app.

2.8 Contro

- falle di sicurezza sempre possibili
- abusi del servizio, anche illegali
- superamento delle protezioni anticopia
- difficoltà nella sincronizzazione dei messaggi tra i vari dispositivi (crittografia Vs portabilità)

Le applicazioni che abbiamo analizzato presentano d'altro canto alcuni aspetti negativi. Innanzitutto è possibile e non eccessivamente complesso ottenere i contenuti condivisi attraverso le applicazioni. Il retrieving dei dati può avvenire con un attacco al server centrale dell'applicazione che detiene i dati. La possibilità di un attacco al server è inibita attraverso lo scambio di messaggi con crittografia end-to-end. Un'altra possibilità di retrieving è direttamente dal nostro device, dove sono salvati i contenuti. Esistono alcune applicazioni, proliferate soprattutto in contemporanea a Snapchat, che permettono di salvare una foto prima di visualizzarla. In generale è possibile, accedendo al file system del nostro dispositivo recuperare i file.

Le applicazioni che offrono la possibilità di avere contenuti "temporali" si prestano inoltre ad un utilizzo illegale. Negli Stati Uniti è esploso un grande scandalo per il cosiddetto "sexting", invio di foto private a sfondo sessuale attraverso Snapchat,

anche con minori coinvolti. L'altro lato della medaglia della cancellazione dei contenuti è infatti che questi non possono essere più tracciati in caso di illecito. Infine bisogna effettuare una scelta tra la crittografia dei contenuti, che aggiunge una maggiore sicurezza, e una portabilità dei dati, che è meno sicura ma li mantiene sincronizzati su tutti i nostri dispositivi.

2.9 Componente economica

Le applicazioni da noi analizzate non sono a pagamento, il loro download è gratuito attraverso l'Apple App Store o il Google Play Store.

Non avendo nessuna entrata da parte degli utenti necessitano per mantenersi e svilupparsi di investitori esterni.

I principali investitori sono gruppi e aziende di Venture Capitalism che hanno visto in queste applicazioni un grande potenziale e sono disposte ad assumersi il rischio di investire alcuni milioni di dollari (5-10 mln), ottenendo in cambio una partecipazione nel CDA e nei futuri guadagni nella forma di azioni. Ad esempio gli investitori di Wickr sono alcune aziende che hanno sentito la necessità di un'applicazione di livello professionale per lo scambio di messaggi temporanei e intracciabili.

Le applicazioni fino ad ora hanno generato un guadagno pressoché nullo: l'unica che ha avuto entrate esterne rispetto agli investimenti di capitale è Wickr, che propone un account "business" con strumenti e features aggiuntive.

I fondatori di Snapchat hanno affermato che probabilmente nel futuro inseriranno degli acquisti "in-app" di pacchetti di effetti, pennelli e altri prodotti, in modo da creare un'esperienza unica per cui l'utente sia disposto a pagare. Un'altra possibile monetizzazione da questo tipo di applicazione è la possibilità offerta alle aziende di inviare messaggi a gruppi di utenti dietro compenso.

3. Discipline della comunicazione e aspetti teorici

Riguardo al concetto di temporary social media abbiamo trovato una certa affinità con diverse discipline della comunicazione di Petri, soprattutto copia, cancellazione e autorizzazione ed anche con il pattern di comunicazione privato.

L'analisi di tali concetti verte intorno all'aspetto temporale e di autorizzazione presente nelle applicazioni e nelle interazioni che abbiamo descritto.

Il concetto di temporary social media non concerne direttamente l'aspetto di autorizzazione fisica degli utenti, ma è necessario citarlo poiché è inserito all'interno delle applicazioni ed interagisce con la durata temporale dei contenuti. L'utente infatti, oltre al tempo, stabilisce i destinatari che possono accedere ad un certo contenuto. Tipicamente l'autorizzazione è concessa all'utente dopo un processo di autenticazione al servizio implementato tramite API quali OpenAuthentication, un framework open source che definisce uno standard.

3.1 Copia

La copia coinvolge il concetto di riproducibilità degli artefatti digitali, un documento può o meno essere copiato in base a considerazioni pragmatiche di diritti, autorità, trust reciproco. La data di scadenza dei contenuti introduce alcuni miglioramenti nel campo della copia in quanto, sebbene non restringa la possibilità di copiare, il file in ogni caso dopo un certo periodo di tempo si distruggerà. Non è consentita una riproducibilità perfetta e infinita. La data di scadenza inoltre fornisce al creatore dei dati l'autorità su di essi; è colui che produce un elemento che stabilisce la data e la impone, come proprietario, a tutti coloro che vorranno fare uso del suo documento.

3.2 Cancellazione

La cancellazione è il cardine attorno al quale ruota il concetto di data di scadenza e temporary social media, in quanto attraverso questo meccanismo vi è l'eliminazione di default dei dati, delle conversazioni, delle foto e delle nostre attività sul web, di qualsiasi documento sia "datato". Bisogna prestare attenzione che la cancellazione venga realmente effettuata attraverso gli strumenti hardware e software opportuni e che non venga aggirata in modo tale da salvare comunque i dati. La garanzia della cancellazione è infatti alla base dell'online trust e della maggiore "libertà" di condividere un dato: se sappiamo che verrà effettivamente cancellato nella data da noi stabilita allora la condivisione potrà essere effettivamente più spontanea. Attraverso la cancellazione di default si compie proprio l'oblio digitale che, come abbiamo visto, è necessario per la nostra società.

3.3 Autorizzazione

La terza disciplina di Petri che si ricollega all'oblio digitale è l'autorizzazione. Il concetto di autorizzazione stabilisce chi può accedere ad un certo contenuto, ma non si può sostituire alla fiducia da parte dell'utente nei soggetti con cui condivide il messaggio. La soluzione della data di scadenza non è la soluzione tecnica all'autorizzazione dei soggetti, ma stabilisce più che altro una limitazione temporale ai diritti di accesso, diventa quindi non un'autorizzazione personale ma temporale: non definisce il "da chi", ma più che altro il "per quanto tempo" l'informazione possa essere recuperata. Nelle applicazioni presentate le limitazioni di autorizzazione sono compiute anche sui destinatari dei contenuti: si sceglie uno o pochi destinatari e si invia in maniera criptata l'informazione. In generale si auspica che insieme alla data di scadenza si introduca un meccanismo che autorizzi un certo gruppo di persone definito dall'utente a visionare il dato per il tempo stabilito.

3.4 Pattern di comunicazione

La data di scadenza e i principi di autorizzazione sono riconducibili al pattern di comunicazione privato e "1 a 1". L'utente stabilisce e sa esattamente con chi sta comunicando. La comunicazione è privata, poiché chi non ha i diritti di accesso o l'autorizzazione esplicita non ha la possibilità di consultare un certo contenuto, specialmente se si sfruttano meccanismi di identificazione o autorizzazione. I destinatari del messaggio sono noti e non c'è modo per una "terza parte" di inserirsi tra mittente e

destinatario, come ora fa per esempio Facebook, che analizza tutti i messaggi, anche le conversazioni private tra gli iscritti al social network. Avendo le conversazioni un tempo di vita limitato, qualora destinatari non scelti si inserissero nella comunicazione non potrebbero sfruttare i dati raccolti e appresi, in quanto non sarebbero più presenti e consultabili dopo poco tempo.

4. Conclusioni

I temporary social media sono neonati nel mondo social, molte applicazioni sono perciò ancora immature e altre non hanno ancora riscosso successo presso il pubblico.

In futuro si potrebbero implementare le features temporary su applicazioni che già usiamo, ad esempio Dropbox o gli altri servizi cloud, garantendo maggiore attenzione alla copia dei contenuti, attraverso politiche di contrattazione tra gli utenti o un ambiente chiuso, restrizioni sui download, eventualmente editing online, gestendo l'eliminazione solo dal server.

In generale si presume che nasceranno sempre più servizi di tipo temporary, vista anche la lenta ma crescente sensibilizzazione sul tema privacy e riservatezza dei dati condivisi da parte degli utenti.

Estendendo il concetto di contenuti effimeri, si potrebbe anche pensare a soluzioni combinate software/hardware per creare sistemi che garantiscano inequivocabilmente una certa durata dei contenuti che memorizzano, in poche parole progettati non solo per ricordare, ma anche per dimenticare. Si potrebbero implementare diversi algoritmi per gestire l'oblio dei files, ad esempio tenendo conto della loro età, del numero di volte che sono stati aperti o modificati, di una classificazione per importanza di archiviazione.

Tutto ciò andrebbe a mimare i meccanismi del ricordo della mente umana, e consentirebbe un utilizzo delle memorie digitali molto diverso da come lo immaginiamo oggi.

La contrattazione e il trust tra le persone sono elementi difficilmente traducibili da un punto di vista tecnico, difatti finora vengono implementate la data di scadenza e l'autorizzazione, starà poi al singolo utente, sebbene maggiormente protetto dai meccanismi sopra citati, condividere i propri dati con persone o soggetti di cui ha fiducia.

A nostro avviso però l'unico modo per proteggere completamente i nostri dati e la nostra reputazione sarebbe un'astinenza digitale, che se presa alla lettera sarebbe una soluzione drastica e poco praticabile vivendo in un mondo "augmented", per questo si propende per una "astinenza digitale light", cioè un comportamento su internet che si basa sulla consapevolezza: la tecnologia non può sopperire adeguatamente ad un errato comportamento umano, come sempre la macchina è solo di ausilio alle persone, che devono essere a conoscenza dei meccanismi che regolano lo scambio di informazioni, tanto in ambito offline quanto online.

5. Bibliografia e sitografia

Viktor Mayer-Schönberger (2010) *Delete: il diritto all'oblio nell'era digitale*. In Traduzione, Egea.

Petri C.A., *Communication Disciplines*, in B. Shaw (ed.), Proc. of the Joint IBM-Univ. of Newcastle upon Tyne Seminar, Newcastle upon Tyne Computing (UK), 1977.

Jeffreys, S. (2011) *Why we must remember to delete – and forget – in the digital age*. *The Guardian, Technology*. Scaricato il 24 marzo 2014.

<http://www.theguardian.com/technology/2011/jun/30/remember-delete-forget-digital-age>

Rosen J. and Rosen C.(2013) *Temporary Social Media*. *MIT Technology review: 10 Breakthrough Technologies 2013*. Scaricato il 24 marzo 2014.

<http://www.technologyreview.com/featuredstory/513731/temporary-social-media/>

Jurgenson, N. (2013) *Temporary Social Media*. *Snapchat, Blog*. Scaricato il 24 marzo 2014. <http://blog.snapchat.com/post/55902851023/temporary-social-media>

Olson P. (2013) *Delete By Default: Why More Snapchat-Like Messaging Is On Its Way*. *Forbes, Technology*. Scaricato il 24 marzo 2014.

<http://www.forbes.com/sites/parmyolson/2013/11/22/delete-by-default-why-more-snapchat-like-messaging-is-on-its-way/>

Opam K. (2013) *Snapchat vs. Poke: the TOS showdown*. *DigitalTrends, Mobile*. Scaricato il 24 marzo 2014. <http://www.digitaltrends.com/mobile/snapchat-vs-poke-the-tos-showdown/>

Crook J. (2012) Facebook Poke Vs. Snapchat: What's The Difference?. *TechCrunch*. Scaricato il 24 marzo 2014. <http://techcrunch.com/2012/12/21/facebook-poke-vs-snapchat-what-is-the-difference/>

Wortham J. (2013) *A Growing App Lets You See It, Then You Don't*. *New York Times, Technology*. Scaricato il 24 marzo 2014.

http://www.nytimes.com/2013/02/09/technology/snapchat-a-growing-app-lets-you-see-it-then-you-dont.html?_r=1&

Kosner A. W. (2012) *Wait A Minute, Facebook, The Kids Like SnapChat Because It's NOT Facebook*. *Forbes, Technology*. Scaricato il 24 marzo 2014.

<http://www.forbes.com/sites/anthonykosner/2012/12/19/wait-a-minute-facebook-the-kids-like-snapchat-because-its-not-facebook/>

Bercovinci J. (2014) *Snapchat For Business? It's Called Confide, And It Exists*. *Forbes, Technology*. Scaricato il 24 marzo 2014.

<http://www.forbes.com/sites/jeffbercovinci/2014/02/04/snapchat-for-business-its-called-confide-and-it-exists-now/>

Eddy M. (2014) *Wickr(for iPhone)*. *PcMag, Reviews, iPhone Apps*. Scaricato il 24 marzo 2014. <http://www.pcmag.com/article2/0,2817,2430025,00.asp>

Crook J. (2013) *Snapchat's First Monetization Move Will Be In-App Purchases*. *TechCrunch*. Scaricato il 24 marzo 2014. <http://techcrunch.com/2013/06/24/snapchats-first-monetization-move-will-be-in-app-purchases/>

Aguilar, N. (2013) *How to Save Snapchat and Facebook Poke Videos to Your Computer*. *WonderhowTo, Smartphones*. Scaricato il 24 marzo 2014. <http://smartphones.wonderhowto.com/how-to/save-snapchat-and-facebook-poke-videos-your-computer-0140975/>

Lander. S (2013) *Ephemeral Content*. *Samladner, Techology, Society, Change*. Scaricato il 24 marzo 2014. <http://www.samladner.com/category/ephemeral-content/>

Diritto all'oblio. *Wikipedia*. Scaricato il 24 marzo 2014. http://it.wikipedia.org/wiki/Diritto_all'oblio

[Snapchat] <http://www.snapchat.com>

[Confide] <http://www.getconfide.com/>

[Wickr] <http://www.mywickr.com/en/about.php>

[Telegram] <http://Telegram.org>

[Poke] <https://www.facebook.com/help/397568030328686/>

Il presente documento è distribuito con licenza Creative Commons [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).