Medacta International

DALLA CHIRURGIA MININVASIVA ALLA **MEDICINA PERSONALIZZATA** E OLTRE

Fondata nel 1999 in Svizzera, Medacta è attiva nella **protesica articolare**, nella **chirurgia della colonna vertebrale** e nella **medicina dello sport**. Medacta si impegna quotidianamente a migliorare la cura e il benessere del paziente, con particolare attenzione alla **sostenibilità dei sistemi sanitari**. L'innovazione di Medacta, che si basa su una stretta **collaborazione con chirurghi esperti a livello internazionale**, è iniziata con **tecniche chirurgiche mininvasive** e si è evoluta in **soluzioni personalizzate** per ogni paziente. Tramite il M.O.R.E. Institute, Medacta supporta i chirurghi con programmi di **formazione medica** ampi e personalizzati.

MEDACTA.COM

© 2021 Medacta International SA. All rights reserved. | ref: 99.99.5MEDIAKIT rev. 04-2021

COMUNICAZIONE

SOCIAL MEDIA

Propaganda *VS* Informazioni nelle operazioni militari

Stefano ZENI

24 hr

I *Social media* rappresentano oggi il nuovo paradigma comunicativo dell'era digitale in cui l'individuo non è solo oggetto ma anche soggetto della comunicazione. L'evoluzione di internet con il web 2.0 ha segnato la trasposizione della divulgazione dell'informazione dai tradizionali *broadcaster* ai *new media*, passando, infatti, dalla logica dell'uno a molti (tipica della televisione, ma anche dei giornali e di alcuni siti Internet) a quella dei molti a molti, grazie ai *blog* e alle reti di amici presenti nei *social network*.

L'espressione *Social media* fa riferimento a tutti quei mezzi di comunicazione che rendono possibile la creazione, condivisione e scambio di contenuti generati dagli utenti attraverso l'uso di piattaforme web-based. L'associazione più comune dei *Social media* è sicuramente con i *social network*, che, di fatto, rappresentano solo una parte delle numerose e diverse piattaforme che popolano la rete. Infatti, non rappresentano solo un mezzo attraverso cui condividere e creare contenuti ma una vera e propria rete di persone, connesse, organizzate tra loro e associate da interessi comuni di varia natura. Le loro caratteristiche di accessibilità, misurabilità, velocità, bacino d'utenza, fruibilità esaltano il modo degli utenti di veicolare dati che siano essi di tipo testuale, immagini, video e audio mirati a raggiungere il *target* – audience desiderato. La nuova frontiera dell'informazione ha cambiato le gerarchie della comunicazione passando da un tipo verticistico a una comunicazione orizzontale, in cui chiunque può produrre e condividere informazione. Infatti, nel processo di produzione dell'informazione si inseriscono nuovi *player*, tra i quali editori *on line*, *influencer*, giornalisti, ma anche Stati, Organizzazioni criminali o parastatali, *hackers*, estremisti e un ruolo decisivo è esercitato proprio dagli utenti che diventano "*prosumer*" ovvero produttori di notizie che "consumatori" delle stesse. Ogni contenuto condiviso in rete ha un impatto diverso sul destinatario: messaggi per influenzare il *target audience*, video, solitamente molto brevi, per catturare l'attenzione e raccontare molto, immagini per raccontare storie e imprimere messaggi nella mente.

Dunque, i *Social* hanno ampliato di fatto la disponibilità e la capacità di ricercare informazioni nell'ambito delle *Open Source* anche in un contesto operativo. Infatti, con il web 2.0, analisti ed esperti d'*intelligence* hanno maturato la consapevolezza di quanto sia importante l'acquisizione di informazioni utili a monitorare eventi/fenomeni in un determinato territorio, sia esso fisico o virtuale, nonché comportamenti e umori degli utenti. In tale ottica, lo sfruttamento dei *Social* assume una connotazione altamente specialistica, poiché acquisire informazioni generalmente non filtrate, potrebbe, d'altro canto, favorire l'attività di propaganda, posta in essere da *player* che intendono influenzare il comportamento del proprio *target*, al fine di ottenere una risposta che favorisca gli intenti di chi la mette in atto, ovvero conducono un tentativo deliberato e sistematico di plasmare percezioni e manipolare le emozioni (*sentiment analysis*). A rendere ancora più complesso lo scenario è la presenza di *fake account*, ossia profili digitali anonimi o finti, spesso creati da *robot*, che rendono più difficile, se non impossibile indentificare l'autore. In tale quadro, un approccio incauto favorirebbe il flusso della propaganda, vanificando ogni sforzo tec-