

Sommario

Prefazione	VII
Introduzione	IX
Capitolo 1 Cultura e consapevolezza digitale nell'era dei social	1
Capitolo 2 Importanza del digital bon ton per l'azienda	9
Capitolo 3 In principio era l'e-mail netiquette	17
Capitolo 4 La sfida di LinkedIn	23
Capitolo 5 Facebook, personale ma non troppo	29
Capitolo 6 Quando il vocale è di troppo: WhatsApp e chat	37
Capitolo 7 Senza dimenticare le social media policy	43
Capitolo 8 Twitter, Tik Tok, IG e gli altri	47
Capitolo 9 Il nuovo che avanza, smart working e videochiamate	53
Glossario	57
Appendice	63
Allegato	71

Prefazione

Come mi comporto? Quante volte ci siamo fatti questa domanda. Già il fatto di porsi implica una riflessione sulle conseguenze del nostro comportamento. Porsi è come scavare mentalmente tra tutti gli insegnamenti appresi a scuola, dai propri genitori o dall'esperienza sociale. È una frontiera che separa l'essere coscienti di come si è da come si dovrebbe o vorrebbe essere.

«I social media danno diritto di parola a legioni di imbecilli che prima parlavano solo al bar dopo un bicchiere di vino, senza danneggiare la collettività. Venivano subito messi a tacere, mentre ora hanno lo stesso diritto di parola di un Premio Nobel. È l'invasione degli imbecilli».

Questa frase, attribuita al filosofo e scrittore Umberto Eco, è la summa della mancanza di comportamento digitale.

Media e canali digitali fioriscono dettando soltanto regole piegate a meccanismi macroeconomici, senza educare al rispetto o all'etica che la comunità civile vorrebbe.

Il personaggio rubicondo di Eco imperversa nelle chat, risponde a messaggi di posta elettronica, urla sui social, fino a creare piattaforme digitali dove sfogare le proprie frustrazioni e manchevolezze.

Finché danneggia se stesso, oltre a far scivolare giù di un punto la qualità del genere umano, riesce soltanto ad attirare simpatie dei suoi simili e, per fortuna, venir ignorato dai più.

Se però associa il suo nome a quello dell'azienda per cui lavora, allora le cose cambiano, e diventano spesso un danno per la società che rappresenta molto più che per se stesso.

Io la definisco *Responsabilità di Gruppo*: un misto tra responsabilità dell'individuo e della società (intesa come azienda) a cui appartiene. Essendo parte dell'azienda, siamo sempre responsabili di quello che diciamo o scriviamo sia durante le ore lavorative per le quali siamo pagati sia nella nostra vita *privata* che diventa *pubblica* nel momento in cui ci esponiamo in rete. La *privacy digitale* è una chimera, e le cronache sono piene di esempi.

Il "Manuale di comportamento digitale" nasce dall'esigenza di avere suggerimenti, risposte o semplici linee guida a quella domanda iniziale che dovremmo farci molto più spesso.

Un ringraziamento personale all'autore che ha giocato con me nel ruolo alternato di docente e studente nel tentativo di rendere più leggero e fruibile un tema, di per sé, ancora molto giovane e controverso.

Ivo A. Nardella
Editore