

# Tutti al mercato del dato all'ingrosso: il prodotto siete voi

Di Stefano Gigante

## Abstract

Il 2024 ci ha lasciato con una sorpresa: la conferma del sorpasso dei malware tesi all'esfiltrazione (il "furto") di dati rispetto alla mera inaccessibilità e corruzione. Non solo: gli stessi agenti interessati a comprare e vendere i nostri dati si rivelano pronti a rivenderci in cambio di realtà alternative che per brevità e, spesso, sin troppo semplicità, chiamiamo fake news, ma sono parte di uno stesso disegno. Oggi, nel 2025, siamo ancora tragiche figure sospese tra l'"Atto di Forza" di Douglas Quaid e le avventure spaziali di Joe Johnson, pirata un tempo noto come Cobra: tutto quello che noi siamo e tutto quello che noi viviamo diventa insieme di dati, e quell'insieme oggetto di vendita all'ingrosso (nelle parole di Philip K. Dick).

## Indice

- Introduzione
- Il ricordo come dato
- I pirati del dato
- Ricordiamo per voi, Ricordi in vendita

## Introduzione

Sovente la fantascienza è precorritrice dei tempi futuri: Isaac Asimov, nume tutelare della moderna Sci-Fi, introdusse già nel 1946 l'idea di una perfetta AI operativa nel campo giuridico-legale e legislativo ([La Prova](#), 1946 e [Conflitto Evitabile](#), 1950) quando il dibattito moderno era ancora da venire e in [We can remember for you wholesale](#) del 1966 (tradotto negli anni con *Ricordiamo per voi, Ricordi in vendita, Ricordi per tutti, Chi se lo ricorda e Memoria totale*) lo scrittore Philip K. Dick introduce il tema di un "Mercato dei ricordi" gestito da una società chiamata (invero con poca immaginazione per un antesignano del genere) *Rekal*, operativa nel settore della compravendita del ricordo, del dato e della memoria.

Rekal compra quindi i ricordi degli avventori, e ne vende di falsi e più e più emozionanti, partendo dall'idea che in fondo l'essere umano è un agglomerato di memorie e pensieri reconditi: un impiegato di nome Douglas Quail decide di comprare i ricordi di una nuova vita su Marte scoprendo di aver già ceduto le sue memorie originali.

Il "mercato delle memorie" riappare sulla rivista nipponica *Weekly Shonen Jump* del 1978, per mano dello scrittore e disegnatore di manga (fumetto locale, a torto definito arte minore) *Buichi Terasawa*, [che potrebbe o non avrebbe tratto ispirazione dal testo](#) del 1966.

Nell'opera, chiamata [Cobra o Space Adventure Cobra](#), il "Pirata Spaziale Ortodosso" noto come Cobra decide ad un certo punto della sua esistenza che la somma di tutto quello che ha visto, appreso, dei tesori disseminati per il mondo e delle conoscenze necessarie a raggiungerli lo rende un bersaglio: **decide di cedere i suoi ricordi per acquisire nuove memorie e ricordi più innocui** diventando il commesso viaggiatore Joe Johnson, dal viso dell'attore Jean-Paul Belmondo, fino a decidere che la sua "nuova vita" è così banale da spingerlo a rivolgersi alla "T.M. Corporation" (*Trip Movie*, dal "viaggio nella memoria") per comprare nuovi ricordi, rivelatisi quelli costosi, pericolosi e profittevoli accumulati nella sua vecchia vita.

Sembrerà strano parlare di sci-fi in una rivista tecnica come questa, ma Terasawa partendo da Dick aveva già previsto diversi degli aspetti cardine di questa intera rubrica:

1. Memorie, ricordi ed identità **sono dati, e come tali possono essere gestiti**;
2. Il dato ha valore: esso viene comprato, venduto e, qualora desiderato, rubato, esorto o carpito;
3. Il dato è pericoloso: nelle mani sbagliate può dare illeciti vantaggi, spostare equilibri politici e sociali e cambiare il destino di enti e aziende;
4. **Il dato ci definisce**: se l'essere umano è una "[miserabile pila di segreti](#)", ben possiamo passare dal concetto giuridico di persona come centro di imputazione di diritti e doveri a quello di centro di imputazione di dati ed esperienze, prodotti e ceduti, ricordati e dimenticati.

## Il ricordo come dato

Tutti sono in fondo Johnson il commesso viaggiatore, o il pirata ortodosso Cobra: ci si lascia dietro e si produce una mole impressionante di dati e memorie pronti a costruire le identità private e collettive.

Sono così tanti, e vi è così poca consapevolezza da rendere necessario un articolo della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea, il numero 8, e [delle Linee guida, le 1/2022](#), che disciplinano il diritto ad accedere ai dati che come tanti Pollicino o Cobra ci si lascia alle spalle. Dati di ogni tipo, protagonisti dei *data leak* e dei *data breach* di cui leggiamo ogni giorno.

[Dati sanitari](#) ad esempio, come evidenziato da Agostino Ghiglia, Componente del Garante per la protezione dei dati personali, ma anche i dati provenienti dall'*e-commerce* (con TEMU, una delle principali piattaforme dell'*e-commerce* a basso costo, erede 2.0 del "Bazar del tutto a mille lire", [centro di una serie di accuse incrociate, veti e analisi](#)), sui social che spesso diventano un riflesso così pervicace da aver aperto appena dodici mesi fa il dibattito sull'opportunità [di usare post e foto social come "redditometro aneddotico"](#) rivolgendo il concetto social di *flex for clout*, ovvero "vantarsi per avere interazioni" contro lo stesso utente.

L'elenco potrebbe andare avanti per molto, ma si preferisce non invadere il campo degli altri eccellenti contributi a questo numero della testata.

Basterà evidenziare che nell'epoca del *capitalismo di sorveglianza*, sottotitolo del numero odierno, esiste una infinità di dati, ma un questionario somministrato negli scorsi mesi [alle Autorità di Controllo europee](#) evidenzia le enormi difficoltà che tutt'ora il soggetto interessato patisce quando cerca di ottenere accesso ai suoi dati custoditi dai titolari. Titolari sovente così impreparati a gestire il flusso di richieste, da trasformarle in un *loop ricorsivo* dove la richiesta del dato diventa essa stessa il dato.

[Il dato legittimo genera valore](#): minimale, valutato sul singolo, esponenziale diventato parte di un set di dati, ma con le dovute eccezioni, [come l'esperimento di Federico Zannier](#), che mettendo i suoi dati in vendita sulla nota piattaforma di *Crowdfunding Kickstarter* ha ottenuto **quasi 2800\$ di valore netto** ed una community di 213 persone pronte a seguire un esperimento degno del citato Capitalismo di sorveglianza.

E il dato illegittimo?

## I pirati del dato

Nella fiction orientale i nemici di Cobra, il “Pirata ortodosso” (nel senso di “pirata con un codice di onore simile a quello di Drake<sup>[1]</sup>”, oggi diremmo “autoregolamentazione”), i ladri delle sue memorie, erano i pirati sleali e disonorevoli della “Gilda dei Pirati”. Nel mondo reale i pirati sono gli hacker, le elusive e sovente male interpretate figure di cui [si è parlato su queste stesse pagine](#), in questo caso si vedrà organizzati in gilde se non in gruppi.

[Il 19 Dicembre 2024](#), unitamente alla presentazione [del tool IoC](#) per le Pubbliche Amministrazioni (per i curiosi un “elenco curato e aggiornato” di siti malevoli da usare in congiunzione con firewall fisici e AdBlocker come uBlock per filtrarli e proteggere la PA da accessi-trappola dei loro impiegati) AGID ha presentato i risultati dell’esame delle campagne malevoli per il 2023, riportando **il sorpasso del malware AgentTesla, che supera del doppio il secondo classificato Formbook come malware più diffuso e aggressivo.**

Il podio, e non solo, denuncia di fatto **il superamento del modello Ransomware** tradizionalmente associato alle campagne malware: per i meno esperti, si ricorderà la minaccia Ransomware, ovvero il computer bloccato con richieste di riscatti in *Bitcoin* o altra valuta ritenuta meno tracciabile per evitare la distruzione di fatto (ovvero la crittazione dell’intero compendio dati con una chiave di decrittazione resa inaccessibile) e la perdita secca del dato.

Il futuro del “pirata non ortodosso” non a caso non è la distruzione ma l’esfiltrazione. Se il dato è ricchezza, e l’informazione una “caverna del tesoro”, il pirata non si limita a versare cemento e metallo fuso nella cassaforte per rendere il malcapitato improvvisamente deprivato dei suoi averi, ma si ingegna perché quegli averi diventino suoi. Non è un caso che siano scomparsi dall’orizzonte (o quantomeno ridotti ai margini della classifica) il Ransomware e lo “scam” di chi millanta di avere accesso alla “cronologia di Internet” ed alle frequentazioni virtuali più insalubri chiedendo denaro per mantenere il presunto segreto: il futuro del pirata/criminale/hacker “non ortodosso” passa per il *Ransomware as a Service*.

Sviluppatori che vendono *Ransomware* come kit di montaggio, l’equivalente virtuale dei fantastici macchinari con cui *Diabolik*, il ladro concepito dalle Sorelle Giussani, penetra ogni cassaforte, ad Operatori che a loro volta creano una rete di Negoziatori e Affiliati, che a loro volta usano Broker e Team Specialistici per filtrare, organizzare e rendere maggiormente spendibile il dato (i Team) e contattare sia le vittime che gli interessati all’acquisto del prezioso dato, il Broker.

**La Tortuga Virtuale arriva a questo punto sul Dark Web o, sfacciatamente, su forum nel Deep Web** ([come l’attualmente sequestrato Breached.to](#)), il Surface Web non indicizzato: la differenza tra un mercato segreto in un bunker scarsamente accessibile e un mercato su un isolotto baciato dal Sole ma non segnato sulle mappe. Si è visto come dati e identità possono essere ceduti, venduti o “esfiltrati”, ovvero rubati, passando di mano in modo destro, legale, illegale e qualsiasi cosa vi sia nel mezzo.

Ma per rendere il paragone tra questa storia e le storie di Quaid e Cobra, manca una parte: **il ricordo venduto.**

## Ricordiamo per voi, Ricordi in vendita

Il punto di contatto tra le due fiction (e film derivati, tra cui *Atto di Forza* del 1990) passa per la Rekal e la T.M. Corp., ditte specializzate nel fornire nuovi ricordi, nuovi dati per rileggere il reale così tanto da portare l’utente in mondi onirici e cambiare la sua vita. Doug Quaid e Cobra in passato hanno ricevuto

nuovi dati diventando nuove persone, ed all'inizio del loro *viaggio dell'eroe*, secondo le [categorie narrative di Propp](#), devono entrare in possesso dei corretti ricordi.

Nella moderna società del *Capitalismo di sorveglianza* c'è chi vive la sua intera vita sulla base di ricordi artificiali di eventi mai accaduti che pilotano il suo giudizio.

Uno dei pezzi forti della campagna elettorale USA appena trascorsa vede Trump opporsi agli immigrati [“che mangiano cani e gatti”](#). Una voce infondata secondo la stampa, ma rinforzata [da reperti creati con l'intelligenza artificiale](#) tra cui grotteschi santini di Trump salvatore degli animali creati con la diade Grok/Flux compresa in X.

Ancora su questa rivista si parlava delle operazioni Overload e Doppelganger, [approfondite in altri testi](#) e avente caratteri simili e opposti a quelle dei *pirati del dato*. Dove i primi rubano dati e identità, i secondi creano vere e proprie realtà e ricordi alternativi, copie di testate occidentali con ricordi immaginari ma “veritieri”. Fabbriche di creatori di contenuti e diffusori degli stessi, broker del falso ricordo e spacciatori di false memorie che causano dipendenza hanno convinto il mondo a credere che Kamala Harris sia apparsa in pubblico con [auricolari spia connessi ad Obama](#) come in un episodio dello show *Non è la RAI*, che abbia mutilato una ragazzina di colore in un incidente automobilistico [scoperto da inesistenti “coraggiosi giornalisti”](#), e che una cabala [di immigrati fosse in grado di alterare il voto USA](#).

Come per le vite di Quaid e di Johnson, ciò **non è mai successo ma avrebbe potuto farlo**, e nel mercato del falso ricordo per molti non vi sarà mai il risveglio, e mille Johnson non avranno mai fedeli compagni a ridare loro il corretto ricordo che li sveglierà.

Si tratta dello *slop*, contenuti AI a basso costo e di alto impatto diffusi da bot (spesso con risultati grotteschi) che raccontano storie che non sono mai accadute affinché persone che non sono mai esistite o cittadini così impreparati al Digital Divide da non poter assorbire dati e informazioni sul reale accettino nuovi ricordi, nuove memorie e una nuova identità venduta da fantasmi.

Ricordi la cui **gratuità è apparente come quella di un “assaggio di droga” donato per creare dipendenza**: il falso ricordo pilota consensi e decisioni fino a pervenire ad un Orwelliano *Bispensiero 2.0* in cui, in un oceano di *pseudopersone*, i pochi umani rimasti si dividono tra chi decide di vivere la sua vita e partecipare alla *res publica* armato di una personalità costruita da altri e chi invece [decide per appartenenza politica e identitaria](#) di “*Raccontare deliberatamente menzogne e nello stesso tempo crederci davvero*” (1984, traduzione a cura di Stefano Manferlotti, Mondadori, 2000). Lo scopo finale? Creare nell'utente identità alternative nutritte da dati e ricordi alternativi pronte ad agire in un mondo che non esiste per pervenire ad un nuovo mondo che altrimenti non avrebbe potuto farlo.

**Si vota chi difenderà cani e gatti da barbari inesistenti** e come [nel caso di Southport nel Regno Unito](#) una intera rivolta può essere scatenata e rinfocolata sui social con effetti devastanti, concreti e brutali da persone che hanno deciso di comprare una “identità da liberatore 2.0” al Mercato dell'Odio.

Si vive in una sorta di Gaslighting di massa facile come, negli anni '60 di *Ricordiamo per voi* e negli anni '80 di *Space Adventure Cobra*, recarsi ad un mercato del ricordo immaginario per sostituire la desueta banale identità con una “nuova identità”, spaventosa e attraente come la “nuova carne” del *Videodrome* (1983) di Cronenberg (anche in quel caso vere e proprie vivide allucinazioni diffuse dagli allora “nuovi media” per plagiare e “trasformare” i consumatori degli stessi in nome di una agenda di “pulizia morale”).

**La fantascienza è diventata ora realtà:** nel Capitalismo di Sorveglianza l'essere umano “pila di segreti (o informazioni)” può essere venduto, trasformato, rubato, deformato e ricreato. Sovente,

senza accorgersene o volontariamente vendendo i suoi elementi costitutivi o accettando un gioco di dadi la cui posta finale è il suo essere e concepire il mondo.

---

## NOTE

[1] *Space Adventure Cobra*, Vol.1, Capitolo 1 – Si rileva che tecnicamente [Sir Francis Drake era un corsaro](#), quindi legato ad una “Patente di Corsa” più che ad un autocreato *codice di accordo*, ma si potrà perdonare un autore di sci-fi.