

# Il Quotidiano in Classe

a cura dell'Osservatorio Permanente Giovani-Editori

Sostenibilità Futuro  
**Insegnanti**  
**Spirito Critico** Europa Inclusion  
Giovani  
**Educazione Civica**  
**Economia** Ecological Literacy  
Digital Literacy Media Literacy  
Financial Literacy  
**Indipendenza** Ambiente Democrazia Ricerca Scuola

Si ringrazia per i contributi portati alla presente pubblicazione:

*Per la Parte I*

Roberto Trincherò  
Pier Franco Dagasso

*Per la Parte II*

Alberto Banfi  
*Intesa Sanpaolo e UniCredit*

*Per la Parte III*

Carlo Sorrentino  
Anna Gatti  
*Tim*

*Per la Parte IV*

Jacopo Loredan  
*Enel*

*Per la Parte V*

Gabriela Jacomella  
*Eni*  
Annarita Di Battista  
*Rai*  
Pierangelo Soldavini  
*Ferrero*  
Gabriela Jacomella  
*Fondazione Compagnia di San Paolo*  
Alberto Frizzerin  
*Fondazione Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo*  
Ester Macri  
*Fondazione Carispezia*  
Maria Vezzoli  
*Regione Toscana*  
Caterina Bracchi  
*Enel*  
Marco Tortora  
*Crédit Agricole*  
*Opera Santa Croce*

© Copyright 2023

by Osservatorio Permanente Giovani-Editori

pubblicato da Rizzoli Education S.p.A., Milano

Coordinamento editoriale: Osservatorio Permanente Giovani-Editori

Realizzazione: Essedicom, Firenze

Progetto grafico e copertina: Due\_D grafica e comunicazione

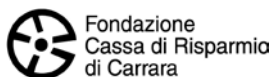
Fotocomposizione e impaginazione: Essedicom, Firenze

Editing: Headline giornalisti

# **IL QUOTIDIANO IN CLASSE**

**a cura  
dell'Osservatorio  
Permanente  
Giovani-Editori**

Si ringrazia per il sostegno al progetto "Il Quotidiano in Classe":



con il patrocinio di

REGIONE  
TOSCANA



**CORRIERE DELLA SERA**

**la Repubblica**

Il Sole **24 ORE**

**LA STAMPA**

**QV** **il Resto del Carlino**

**QV** **IL GIORNO**

**QV** **LA NAZIONE**

**IL SECOLO XIX**

**Bresciaoggi**

**IL GIORNALE  
DI VICENZA**

**L'Arena**

**Il Messaggero**

**IL  MATTINO**

**GAZZETTA DI PARMA**

**IL GAZZETTINO**

**Gazzetta del Sud**

**GIORNALE DI SICILIA**

# Indice

“Giovani & Educazione”: il binomio più potente per cambiare il mondo <i>Andrea Ceccherini</i>	X
<i>Parte I</i>	
<b>Media Literacy</b>	
“Il Quotidiano in Classe” edizione 2023/2024 <i>Roberto Trincherò</i> <i>Pier Franco Dagasso</i>	3
I nuovi spunti per l’anno scolastico 2023/2024	7
Scheda didattica: “Valutare la qualità dell’informazione” <i>Roberto Trincherò</i>	8
Scheda didattica: “Bias cognitivi e informazione” <i>Roberto Trincherò</i>	14
Scheda didattica: “Senso critico e scetticismo attivo” <i>Roberto Trincherò</i>	22
Scheda didattica: “Le fake news” <i>Roberto Trincherò</i>	28
Scheda didattica: “La propaganda” <i>Roberto Trincherò</i>	34
Scheda didattica: “La guerra cognitiva” <i>Roberto Trincherò</i>	40
Scheda didattica: “Intelligenze artificiali” <i>Roberto Trincherò</i>	46
Scheda didattica: “I rischi legali della comunicazione <i>online</i> ” <i>Pier Franco Dagasso</i>	52
Scheda didattica: “Il diritto d’autore in rete e fuori” <i>Pier Franco Dagasso</i>	60
Scheda didattica: “I crimini informatici” <i>Pier Franco Dagasso</i>	68

*Parte II*

**Financial Literacy**

- “Young-Factor” edizione 2023/2024 77  
*Alberto Banfi*  
*Intesa Sanpaolo e UniCredit*

*Parte III*

**Technology digital Literacy**

- “Technology – Digital Literacy” edizione 2023/2024 83  
*Carlo Sorrentino*  
*Tim*
- “Come diventare un cittadino responsabile” 86  
*Anna Gatti*

*Parte IV*

**Ecological Literacy**

- “E-Project: ecological literacy” edizione 2023/2024 92  
*Jacopo Loredan*  
*Enel*
- Scheda didattica: “Guida per lo studente” 94  
*Jacopo Loredan*

*Parte V*

**Iniziative speciali e concorsi**

- Introduzione 99
- Iniziative speciali*
- Giovani, energia del futuro 105  
*Eni*

Portale Eniscuola.net	107
Scheda didattica: “Essere inclusiv*” <i>Gabriela Jacomella</i>	108
Educazione alla conoscenza del giornalismo televisivo attraverso il ruolo del Servizio Pubblico <i>Rai</i>	114
Scheda didattica: “Educazione alla conoscenza del giornalismo televisivo attraverso il ruolo del Servizio Pubblico” <i>Annarita Di Battista</i>	116
Educare alla corretta informazione nutrizionale e alla sostenibilità delle filiere alimentari <i>Ferrero</i>	123
Scheda didattica: “Tra emotività e razionalità” <i>Pierangelo Soldavini</i>	124
Insieme facciamo la differenza <i>Fondazione Compagnia di San Paolo</i>	131
Scheda didattica: “Insieme facciamo la differenza: un esercizio di cittadinanza attiva” <i>Gabriela Jacomella</i>	132
Shake the fake <i>Fondazione Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo</i>	135
“La <i>green edition</i> del 2023/2024” <i>Alberto Frizzerin</i>	136
Civico 2.0 <i>Fondazione Carispezia</i>	139
Scheda didattica: “Come si scelgono le notizie: Accedere al sapere al tempo di ChatGPT” <i>Ester Macrì</i>	140
Portale <a href="http://www.scuolachefarete.it">www.scuolachefarete.it</a>	142
La carta d’identità del progetto	143



## *Concorsi*

Portale <a href="http://www.ilquotidianoinclassa.it">www.ilquotidianoinclassa.it</a>	146
La carta d'identità del progetto	147
Ambient'AMO - Percorsi di educazione ambientale <i>Regione Toscana</i>	148
Scheda didattica: "Arcipelago toscano" <i>Maria Vezzoli</i>	149
Le 5 E dell'energia <i>Enel</i>	156
Scheda didattica: "Energy transition" <i>Caterina Bracchi</i>	157
SosteniAMO il Futuro <i>Crédit Agricole</i>	162
Scheda didattica: "SosteniAMO il Futuro" <i>Marco Tortora</i>	162
Memoria e Futuro <i>Opera di Santa Croce</i>	171

# **“Giovani & Educazione”: il binomio più potente per cambiare il mondo**

**Andrea Ceccherini**

Presidente Osservatorio Permanente Giovani-Editori

Per noi dell'Osservatorio Permanente Giovani-Editori i giovani sono le persone più importanti al mondo, perché sono quelle che hanno più tempo a disposizione per cambiarlo. E se vogliamo ambire a fare di questo mondo un posto migliore, è a loro che dobbiamo guardare, per primi, offrendo la migliore educazione possibile.

Con questo spirito in Osservatorio abbiamo dato vita a due grandi progetti, “Il Quotidiano in Classe” e “Young Factor”. Si tratta di due progetti nati per tenere i giovani “dentro” e non “fuori”, al “centro” e non ai “margini” della società in cui viviamo. Si tratta di due progetti tesi a dare loro strumenti educativi innovativi, tesi a renderli sempre più cittadini e sempre meno sudditi, allenandoli, a scuola, a ragionare con la propria testa, l'ultima assicurazione che gli resta, se vorranno essere persone indipendenti e uomini liberi.

Infatti, con il progetto “Il Quotidiano in Classe”, da 23 anni a questa parte, portando in classe, gratuitamente, più giornali orientati diversamente a confronto, abbiamo cercato di aprire di più gli occhi dei ragazzi sul mondo, di alimentare la loro sete di sapere, di accendere la loro curiosità sui fatti che accadono intorno a loro, per renderli, prima di tutto, più informati e quindi più critici.

Li abbiamo aiutati a comprendere come la medesima notizia, giornali diversi la possano dare diversamente, così da allenare la loro coscienza critica, un'abilità sempre più essenziale nell'era dell'intelligenza artificiale.

Grazie all'impegno di oltre 40.000 insegnanti italiani “Il Quotidiano in Classe”, negli anni, è diventato il progetto di media literacy leader assoluto nel Paese, con milioni di studenti delle scuole superiori coinvolti nell'iniziativa.

Con la stessa filosofia è nato nel 2014 un grande progetto di educazione economico-finanziaria: “Young Factor”.

Si tratta di un'iniziativa, unica nel suo genere, che rincorre l'ambizione di rendere i giovani più padroni dei propri mezzi, primi fra tutti quelli economici e finanziari, soprattutto in un tempo come quello in cui viviamo, in cui l'inflazione impone a ciascuno di occuparsi di più delle risorse di cui dispone per evitare che esse si depauperino col passare del tempo, sottraendogli forza e occasioni.

Un'iniziativa, che in Italia, nel mondo dell'education ha già conquistato la prima posizione, con oltre 670.000 studenti partecipanti nello scorso anno scolastico.

Con queste due grandi iniziative - una tesa a sviluppare la padronanza della propria testa e l'altra incentrata a sviluppare la padronanza dei propri mezzi economici e finanziari - l'Osservatorio Permanente Giovani-Editori intende investire sulla crescita delle giovani generazioni per favorire quel cambiamento di cui nel Paese cresce ogni giorno il bisogno, contribuendo a formare una nuova classe dirigente all'altezza di questo nome.



**Parte I**

**Media Literacy**



# “Il Quotidiano in Classe” edizione 2023/2024

**Roberto Trincherò**

Docente ordinario di Pedagogia sperimentale  
presso l'Università degli studi di Torino

**Pier Franco Dagasso**

Giurista d'impresa

Il mondo dei media offre innumerevoli opportunità informative, ma pone anche numerosi rischi. L'informazione non è la realtà ma una *rappresentazione della realtà* e come tale può far riferimento a tre piani.

Il primo è quello dei fatti certi, oggettivamente dimostrati, non confutabili, per cui esistono prove che nessuno potrebbe mettere in discussione. Il secondo è quello dei fatti incerti, ambigui, non dimostrati, ma con forti indizi di plausibilità, che portano a pensare che il fatto sia effettivamente accaduto, seppur in assenza di prova certa.

Il terzo è quello delle opinioni personali che le persone esprimono su ciò che - secondo loro - è successo, sui significati da attribuire agli eventi e sugli intenti che hanno guidato i soggetti coinvolti. Questi tre piani sono il cardine di un'informazione di qualità, a patto che vengano tenuti strettamente separati: dichiarare per oggettivo ciò che è oggettivo, per plausibile ciò che è plausibile, per soggettivo ciò che è soggettivo. I problemi nascono quando essi vengono mescolati e resi indistinguibili per il lettore, ad esempio quando si spacciano per fatti deduzioni ottenute a partire dalle opinioni sui fatti oppure si traggono conclusioni arbitrarie a partire da fatti realmente accaduti oppure ancora si danno interpretazioni faziose di ciò che è successo, attribuendo ai soggetti coinvolti intenti che non hanno mai avuto.

Questa confusione può essere l'esito di una *mis-informazione*, ossia diffondere falsa informazione senza un intento preciso di causare danni a qualcosa o qualcuno, di una *dis-informazione*, ossia diffondere falsa informazione con l'intento preciso di causare danni a qualcosa o qualcuno, oppure di una *mal-informazione*, ossia diffondere informazione vera non allo scopo di informare ma con l'intento preciso di causare danni a qualcosa o qualcuno.

Come ci si può difendere dalle manipolazioni informative?

Anzitutto è necessario acquisire consapevolezza che non tutte le fonti informative sono “buone” fonti informative (Scheda 1). Vi possono essere fonti che offrono informazione distorta, parziale, faziosa o addirittura falsa e fuorviante.

Per accostarsi correttamente al mondo dell’informazione è necessario avere dei criteri per valutare la qualità dell’informazione stessa, distinguendo le fonti informative in base alla loro accuratezza, tempestività, chiarezza, coerenza esterna e interna, completezza, controllabilità, reputazione, trasparenza e valore aggiunto.

Anche in presenza di buone fonti informative, gli esseri umani non sempre ne traggono informazione obiettiva, perché sono condizionati dai propri *bias cognitivi*, ossia “scorciatoie” nei modi di pensare, molto utili per gestire rapidamente grosse quantità di informazione ma che a volte falliscono o portano a distorsioni interpretative (Scheda 2).

Qualità della fonte e qualità dell’interpretazione della fonte si tengono sotto controllo esercitando sistematicamente il proprio senso critico e adottando una prospettiva di *scetticismo attivo*, ossia sospendere il giudizio fino a quando non si hanno a disposizione le informazioni necessarie per formularne uno sensato (Scheda 3).

Senso critico e scetticismo attivo sono strumenti cognitivi indispensabili per poter essere cittadini digitali attivi, costruire opinioni che siano realmente personali (e non appiattite su quelle di influencer e gruppi di riferimento) e buone argomentazioni in grado di difenderle.

Senso critico e scetticismo attivo vengono messi alla prova quando ci si trova a dover riconoscere vari tipi di manipolazione informativa. Le *fake news*, ossia le false notizie che possono circolare in Rete, rappresentano una minaccia al nostro diritto di avere un’informazione attendibile, imparziale e di qualità, quindi vanno riconosciute, smascherate e non rilanciate, dato che esse esistono proprio perché c’è un pubblico che ci crede (Scheda 4).

La *propaganda* valica il confine tra comunicazione e manipolazione di massa: messaggi che sembrano innocui ma che hanno intenzionalità manipolatorie precise, proprio perché ripetuti e presentati secondo modalità che solo un pubblico formato e informato può riconoscere (Scheda 5).

La *guerra cognitiva* usa l’informazione come strumento di aggressione, offesa e coercizione, singoli contro singoli, gruppi contro gruppi, Stati contro Stati: lo scontro non si svolge più a livello fisico ma a livello cognitivo e questo non lo rende meno cruento e privo di effetti negativi (Scheda 6).

In tutto questo scenario, le *intelligenze artificiali* sono possibili attori positivi o negativi: computer che simulano l’intelligenza umana possono creare false rappresentazioni della realtà più vere di quelle vere (*deepfake*) e i *chatbot* possono diffonderle o smascherarle (Scheda 7).

Tutto questo scenario prefigura la possibilità di compiere e di subire reati all’interno dell’universo virtuale: violazione della privacy, cyberbullismo, revenge porn, offese, minacce, diffamazione online (Scheda 8).

Se chiunque può pubblicare qualsiasi cosa, allora tutto è permesso.

È necessario capire che la Rete non ci rende né anonimi né impuniti e la stessa responsabilità personale che abbiamo nella vita “fisica” la ritroviamo anche nella



vita “virtuale”. E, in tema di reati, è necessario capire che dire “l’informazione è *per tutti*” non significa dire “l’informazione è *di tutti*”: è presente un diritto d’autore sul pubblicato e vale sia in Rete sia fuori (Scheda 9).

In ultimo, va acquisita consapevolezza che, proprio come nella vita reale, anche in quella virtuale esiste il crimine: è necessario attrezzarsi per proteggere i dati personali e la privacy, riconoscere i tentativi di *phishing*, i rischi legati alle violazioni dei server e ai furti di identità (Scheda 10).

Le 10 Schede che troverete in questo volume configurano quindi un percorso volto a far acquisire, a insegnanti e studenti, un *metodo* di lavoro nell’accostarsi all’informazione e alle relazioni medialità che risponda ai dettami del pensiero critico, un *atteggiamento* di scetticismo attivo e propositivo che non porti a una fuga dai media ma a una piena cittadinanza digitale, una *consapevolezza* di potenzialità e rischi insiti nel sistema mediale e nelle interazioni tra esseri umani e macchine che esso promuove.



**I nuovi spunti  
per l'anno  
scolastico  
2023/2024**

---

## Scheda

---

### Valutare la qualità dell'informazione

di Roberto Trinchero

Docente ordinario di Pedagogia sperimentale presso l'Università degli studi di Torino

#### ■ Scheda didattica

L'informazione - sia essa giornalistica o scientifica - è sempre una forma di rappresentazione di una realtà, e come tale può essere più o meno aderente alla realtà stessa. La rappresentazione può avvenire attraverso elementi che si palesano agli osservatori (*piano oggettivo*, ossia "è possibile vedere che..."), elementi che non si palesano agli osservatori, ma che possono essere ragionevolmente ricostruiti a partire da indizi (*piano quasi-oggettivo*, ossia "gli indizi ci portano a pensare che...") ed elementi che fanno riferimento a ciò che pensano le persone sulla realtà (*piano soggettivo*, ossia "le persone ritengono che...").

Il primo dei tre piani è quello dei fatti certi, oggettivamente dimostrati, non confutabili (es. "Abbiamo le prove filmate che il funzionario X ha preso tangenti"). Il secondo è quello dei fatti incerti, ambigui, non dimostrati, ma con forti indizi di plausibilità (es. "Tutti questi indizi fanno pensare che il funzionario X abbia preso tangenti"). Il terzo è quello delle opinioni personali (es. "Tutti pensano che il funzionario X abbia preso tangenti"). Questi tre piani sono il cardine di un'informazione di qualità, a patto che vengano tenuti strettamente separati.

I problemi nascono quando essi vengono mescolati e resi indistinguibili per il lettore, ad esempio quando si spacciano per fatti deduzioni ottenute a partire dalle opinioni sui fatti (es. "Tutti pensano che il funzionario X abbia preso tangenti, quindi il funzionario X ha preso tangenti"), oppure si traggono conclusioni arbitrarie a partire da fatti realmente accaduti ("Il funzionario X è stato visto alla riunione di ..., quindi il funzionario X ha preso tangenti"), oppure ancora si desumono arbitrariamente modi di pensare di soggetti coinvolti a partire da fatti realmente accaduti ("Il funzionario X è stato visto alla riunione di ..., quindi condivide le idee di quel gruppo").

Date queste premesse, come è possibile controllare la qualità dell'informazione? Se per tutte le realtà esistesse la possibilità di un riscontro oggettivo, valutare la qualità dell'informazione su di esse sarebbe facile, perché sarebbe sempre possibile avere la prova certa: se dubitassi del fatto che gli astronauti statunitensi fossero stati sulla Luna, potrei andarci e vedere con i miei occhi i dispositivi che sono stati lasciati. Spesso però questa possibilità non esiste: se leggo su un quotidiano la descrizione di un fatto di cronaca, chi mi assicura che le cose siano veramente andate in quel modo? È il paradosso dell'informazione: posso controllarne la qualità solo se conosco la realtà a cui si riferisce, ma a quel punto, proprio perché conosco già la realtà, quell'informazione non mi serve più.

È per questo che tutta l'informazione richiede un atto di fiducia: chi ne fruisce deve considerare *affidabile* la fonte a cui, appunto, si *affida* per essere informato. Il concetto di affidabilità (*reliability* in inglese, *fiabilité* in francese), riflette proprio

la fiducia che i fruitori dell'informazione possono riporre nell'aderenza di quell'informazione alla realtà a cui si riferisce. Il concetto di affidabilità non va confuso con il concetto di *attendibilità* dell'informazione, che fa invece riferimento alla sua stabilità nel caso che la realtà descritta non cambi (ad esempio, la stessa fonte informativa non può dire in due momenti diversi che il funzionario X ha preso tangenti e che il funzionario X NON ha preso tangenti, se tra il momento 1 e il momento 2 non è cambiata la realtà sotto esame o la conoscenza che la fonte informativa ha di essa). Allo stesso modo, non va nemmeno confuso con il concetto di *validità* dell'informazione, che fa riferimento al fatto che l'informazione presentata si riferisca proprio a *quegli aspetti* della realtà (es. il fatto che il funzionario X abbia preso tangenti) e non ad altri (es. il fatto che il funzionario X abbia favorito un'azienda in una gara di appalto, fatto che potrebbe essere connesso al primo ma che non lo implica necessariamente).

Quali sono i criteri che possiamo utilizzare per decidere se riporre fiducia in una fonte informativa? Eccone alcuni:

### **Criterio 1. Accuratezza**

Il criterio fa riferimento alla cura che il comunicante adotta nel confezionare il messaggio. Un'informazione presentata in modo inaccurato ha più probabilità di essere scarsamente affidabile. Questo non vuol dire ovviamente che le informazioni presentate in modo curato e ordinato siano automaticamente affidabili (potrebbe essere un messaggio manipolatorio costruito ad arte).

Semplicemente un messaggio scarsamente curato (es. che contiene errori ortografici, sintattici o strutturali o che non cita le fonti informative primarie su cui si basa) può essere il prodotto di un'elaborazione frettolosa o approssimativa, che denota scarsa professionalità della fonte. Una scarsa accuratezza può portare a problemi di *completezza, controllabilità e trasparenza* dell'informazione stessa, come vedremo nel seguito.

### **Criterio 2. Tempestività**

L'informazione - giornalistica ma non solo - è tanto più utile quanto più è tempestiva, dato che spesso la realtà da descrivere cambia rapidamente. Il livello di aggiornamento dell'informazione è quindi un elemento importante per la sua qualità. Ad esempio, rendere pubblici fatti accaduti anni prima e già noti in un dato momento allo scopo di ottenere un vantaggio (*informazione a orologeria*) non è un indice di buona informazione, ma di volontà di manipolazione.

Un'informazione affidabile è un'informazione che riporta con chiarezza i tempi esatti in cui i fatti sono successi e correda tale descrizione con ciò che è successo *prima e dopo* quei fatti, in modo da dare loro una corretta contestualizzazione temporale.

### **Criterio 3. Chiarezza**

Una buona informazione è un'informazione comprensibile per il target a cui è rivolta. Questo però richiede che il target sia esplicitato e che venga prodotta una comunicazione adeguata a quel target. Dove il piano dei fatti e quello delle opinioni non sono esplicitati con chiarezza (anche soltanto distinguendo bene

ciò che sappiamo da ciò che non sappiamo) si aprono margini di ambiguità, che possono essere colmati da interpretazioni prodotte dal fornitore di informazione o dal fruitore. Il rischio è quello di confondere i due piani e di distorcere la realtà e le sue possibilità di interpretazione.

#### **Criterio 4. Coerenza esterna**

Se una fonte di informazione fornisce una rappresentazione affidabile di una data realtà, questa rappresentazione deve essere compatibile con quella fornita da una fonte di informazione indipendente da essa.

Se le due rappresentazioni confliggono, o si contraddicono, esiste un problema di affidabilità di (almeno) una delle due fonti. Il controllo può essere fatto attraverso la *triangolazione* delle fonti informative, ossia il controllo della loro coerenza in quei casi in cui ci si aspetta che questa sussista, ossia quando descrivono la stessa realtà (es. l'informazione "La città di... stamane ha subito un bombardamento" deve trovare conferma da più fonti informative indipendenti, ciascuna con propri inviati in loco).

Questo controllo ovviamente non è possibile quando il messaggio manca di *accuratezza*, ad esempio per dimenticanza di particolari di contesto, o *trasparenza*, ad esempio quando l'omissione è consapevole.

#### **Criterio 5. Coerenza interna**

Una buona informazione ha degli scopi dichiarati. L'informazione può essere, ad esempio, giornalistica, scientifica, pubblicitaria. I messaggi che vengono dati devono essere coerenti con tali scopi: un messaggio dichiarato come "informativo" non deve essere "persuasivo", altrimenti non è più informazione, ma propaganda. In aggiunta, un'informazione internamente coerente non deve contenere contraddizioni, inferenze errate o ragionamenti non logicamente sostenibili (es. "Tutti pensano che il funzionario X abbia preso tangenti, quindi il funzionario X ha preso tangenti" è un ragionamento logicamente insostenibile).

#### **Criterio 6. Completezza**

Una buona informazione descrive in modo esauriente l'evento o l'argomento sotto esame, senza omettere elementi importanti per la comprensione o che, se assenti, stravolgerebbero il senso di quanto presentato.

Presentare un evento senza contestualizzarlo (es. uno scontro in un conflitto, senza citare il conflitto più ampio) ne pregiudica la comprensione.

Presentare i risultati di uno studio scientifico, senza citare per completezza altri studi importanti su quel tema che magari giungono a conclusioni differenti, non è un buon modo per fare informazione scientifica, dato che diffonde una visione parziale della realtà.

Rispettare il requisito di completezza significa citare l'opinione della controparte, la voce opposta, il dato contraddittorio, le fonti informative alternative in grado di darci una visione multi prospettica dell'argomento e un quadro il più possibile ampio della situazione. Una descrizione della realtà che si limita alla superficie su temi che invece richiederebbero profondità è necessariamente incompleta.

### **Criterio 7. Controllabilità**

Una buona informazione deve essere esposta in modo tale da essere controllabile, ossia deve essere possibile trovare altre fonti che la confermino o la smentiscano. Devono essere quindi presenti i riferimenti alle proprie fonti informative (inviati, agenzie stampa, testate estere, ...) nel caso di informazione di attualità, oppure i riferimenti di partenza nel caso di informazione scientifica (citare “una ricerca dell’Università di ...” senza fornire i riferimenti necessari per trovarla non consente il controllo di quanto esposto).

### **Criterio 8. Reputazione dell’autore e della fonte**

Una buona informazione ha sempre un autore e una fonte di pubblicazione. Se l’autore è titolato a trattare quegli argomenti (perché ha un curriculum pubblico che ne dimostra la competenza in materia), è più probabile che l’informazione sia maggiormente affidabile. La reputazione di un autore è anche funzione del ruolo che ricopre, dei suoi possibili interessi nel diffondere l’informazione sotto esame e delle sue possibili affiliazioni - manifeste o occulte -, che possono configurare eventuali conflitti di interesse. Dove non sia possibile reperire informazioni specifiche sull’autore, la reputazione è data dalla fonte dell’informazione, ossia dalla testata o dal sito web da cui l’informazione è ospitata e diffusa.

### **Criterio 9. Trasparenza**

Il controllo della reputazione dell’autore non è ovviamente possibile se l’autore non viene specificato o se questi non dichiara le sue affiliazioni. In questi casi si configura un problema di *trasparenza* dell’informazione contenuta nel messaggio. Allo stesso modo, laddove in un sito web o in una pagina su social network manca un preciso responsabile dell’informazione ci si dovrebbe seriamente interrogare sulla qualità di quell’informazione.

Il requisito di trasparenza richiede poi che l’autore (o l’organizzazione di riferimento) debba dichiarare esplicitamente i propri scopi comunicativi: informazione, pubblicità, dibattito scientifico o politico, ecc. L’assenza di questa dichiarazione rende impossibile controllare la *coerenza interna* del materiale.

Gli intenti commerciali, se presenti, e le possibili sponsorizzazioni devono essere palesi, così come i rapporti tra l’autore e le fonti di informazione che cita.

### **Criterio 10. Valore aggiunto**

Questo criterio fa riferimento alla *pertinenza esterna* del messaggio, ossia alla pertinenza del messaggio stesso con il filone informativo, il dibattito o l’argomento a cui si riferisce e alla sua originalità in relazione ad altri messaggi del filone.

Un messaggio pertinente è un messaggio che riguarda quell’argomento e che aggiunge al dibattito qualcosa di nuovo - sul piano oggettivo, quasi-oggettivo o soggettivo - di cui i fruitori non erano in possesso prima.

Un messaggio non pertinente devia invece il dibattito dal suo focus principale; quindi, ha scarso valore per quel dibattito. Ad esempio, un articolo che intende fornire un contributo informativo sul cambiamento climatico ma che riporta informazioni poco pertinenti col tema o pertinenti ma già ampiamente note ha uno scarso valore aggiunto.

## ■ Traccia per l'attività in classe

1. Proponete agli allievi un articolo di quotidiano su un tema che in quel momento è “in agenda” e che riporta eventi e pareri sugli eventi. Chiedete agli allievi di leggerlo attentamente e poi:

a) sottolineare con una matita blu gli elementi informativi che si possono collocare su un piano *oggettivo*, ossia che possono essere verificati con l'esperienza diretta e/o indiretta (es. se l'articolo riporta dati del tipo “gli occupati in Italia sono circa 23,3 milioni”, questa informazione si colloca su un piano oggettivo, dato che la sua correttezza può essere verificata mediante dati ufficiali rintracciabili in rete);

b) sottolineare con una matita verde gli elementi informativi che si possono collocare su un piano *quasi-oggettivo*, ossia per i quali non è possibile una verifica tramite esperienza diretta e/o indiretta ma per i quali è possibile reperire indizi che ci portino a stabilire che l'informazione ha un'ampia probabilità di essere corretta (es. “Gli incentivi alle assunzioni riservati alle imprese porteranno ad un aumento degli occupati”);

c) sottolineare con una matita rossa, gli elementi informativi che si possono collocare su un piano *soggettivo*, ossia per i quali non è possibile una verifica tramite esperienza diretta e/o indiretta e non è possibile raccogliere indizi a supporto (es. “Il presidente dell'Inps si muove così perché pensa di far fronte al deficit chiedendo un aumento dell'età pensionabile”, ovviamente del tutto inverificabile, a meno che vi siano dichiarazioni specifiche del presidente dell'Inps in tal senso).

2. Chiedete agli studenti cercare in Rete un articolo giornalistico su un tema dato (o fornirlo loro, scegliendolo in modo che rispetti alcuni criteri e altri no) e di valutare la qualità informativa, sulla base della tabella seguente:

Articolo:		
Autore:		
Data:		
Criterio	Punteggio	Perché è stato assegnato quel punteggio
Accuratezza		
Aggiornamento		
Chiarezza		
Coerenza esterna		
Coerenza interna		
Completezza		
Controllabilità		
Reputazione dell'autore e della fonte		
Traasparenza		
Valore aggiunto		



Il punteggio può essere 0 (requisito non rispettato), 1 (requisito solo parzialmente rispettato), 2 (requisito pienamente rispettato). Accanto al punteggio gli allievi devono scrivere, in modo circostanziato, perché all'articolo è stato assegnato quel punteggio. Quest'attività è maggiormente efficace se viene svolta da coppie di allievi moderatamente eterogenee (un allievo con esiti scolastici migliori che lavora con uno con esiti scolastici leggermente peggiori). Al termine dell'attività, le coppie devono presentare sinteticamente il loro lavoro alla classe per confrontare i giudizi dati. L'insegnante orchestra il processo e trae conclusioni.

---

## Scheda

---

### Bias cognitivi e informazione

di Roberto Trincherò

Docente ordinario di Pedagogia sperimentale presso l'Università degli studi di Torino

#### ■ Scheda didattica

Nelle situazioni di vita quotidiana ci troviamo spesso a dover gestire grandi quantità di informazioni e a dover prendere decisioni in tempi rapidissimi.

I due elementi ovviamente confliggono: per prendere decisioni sensate occorre elaborare molteplici informazioni, ma questo richiede tempo e investimento di risorse cognitive. La nostra mente ricorre quindi a scorciatoie dette *euristiche*: non considera tutto lo spettro delle possibilità di ragionamento a disposizione ma ne esclude alcune a priori, focalizzandosi su quelle che ritiene più promettenti sulla base delle esperienze pregresse, dei ricordi immagazzinati, degli schemi interpretativi adottati nell'acquisizione, selezione e assegnazione di significato all'informazione. Questo modo di procedere a volte consente di prendere buone decisioni (si pensi al giudizio dell'esperto in un determinato ambito, che si focalizza subito sugli elementi rilevanti della situazione sotto esame, trascurando gli altri), altre volte porta a decisioni del tutto discutibili.

In questo secondo caso si parla di *bias cognitivi*, ossia distorsioni del giudizio che portano a errori sistematici nelle decisioni. L'origine del termine si può far risalire al testo di Amos Tversky e Daniel Kahneman *Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases* (1974), che descrive le ricerche dei due studiosi sui modi in cui gli esseri umani prendono le loro decisioni in contesti dominati dall'incertezza e con risorse limitate in termini di tempo, informazioni e capacità cognitive.

Per queste ricerche Kahneman ha ricevuto il premio Nobel per l'Economia nel 2002.

I bias cognitivi dimostrano che non sempre le scelte delle persone seguono principi di razionalità, ma sono spesso dettate da meccanismi cerebrali profondi che aggirano riflessività e approccio razionale in favore di scorciatoie istintive che minimizzano l'investimento di tempo e risorse.

#### 1. Bias cognitivi e informazione

I bias cognitivi sono molteplici, così come molteplici sono le loro denominazioni e classificazioni (Korteling, Toet, 2021). Ne prenderemo in considerazione alcuni legati alla fruizione dell'informazione proveniente dai media, allo scopo di costruire atteggiamenti e opinioni e di prendere decisioni "informate".

##### 1.1. Il bias di ancoraggio (*anchoring bias*)

La prima esperienza che facciamo con una data cosa influenza pesantemente l'idea che ci facciamo della cosa stessa e costituisce il punto di "ancoraggio" del giudizio che produciamo sulla cosa stessa. Ad esempio, quando si cerca in Rete il prezzo di un prodotto, il primo prezzo trovato (a prescindere che sia realistico o meno)

diventa il prezzo di riferimento; quindi, tutti gli altri prezzi trovati successivamente verranno parametrati con questo. Ovviamente questo meccanismo non vale solo per i prodotti: l'idea che ci facciamo di un evento, di un personaggio, di un gruppo o di un partito politico risente dell'ancoraggio dato dalla prima esperienza, diretta o indiretta, che abbiamo avuto con esso. La prima informazione, anche mediale, esperita occupa quindi un posto rilevante nel giudizio che formuliamo sulla cosa stessa.

### **1.2. Il bias emotivo (*emotion bias o affect heuristic*)**

Questo bias si riferisce al fatto che siamo più portati a prestare attenzione a un fatto che ci tocca emotivamente, ad esempio un atto criminoso compiuto su persone inermi, e l'emozione generata dall'evento incide in maniera rilevante anche sulle nostre opinioni e decisioni. Se accade un delitto particolarmente efferato, le persone, sull'onda emotiva, saranno più portate a pensare che sia necessario ricorrere a pene più severe e azioni drastiche contro i criminali, perché l'evento tocca direttamente la loro parte emotiva, e questo può influenzarne anche scelte di voto, di consumo, di vita (es. vivere in un quartiere anziché in un altro).

### **1.3. Il bias di incertezza (*ambiguity bias*)**

La gestione dell'incertezza richiede uno sforzo cognitivo non indifferente.

Le persone tendono quindi preferire le alternative chiare, non problematiche. Questo può portare a scartare tutte le alternative "non nette": si tende a scegliere ciò che è "bianco" o ciò che è "nero" solo perché non si è in grado di gestire le situazioni in cui le cose sono "in parte bianche" e "in parte nere".

Questo può portare a rigettare l'informazione che tende a problematizzare le questioni a favore di quella che polarizza le opinioni (o "tutto bianco" o "tutto nero"), perché più facilmente gestibile, con un conseguente effetto di polarizzazione del dibattito sui media.

### **1.4. Il bias di appartenenza a un gruppo (*in-group bias*)**

Le persone tendono a definirsi anche in relazione alla loro appartenenza a un gruppo sociale di riferimento (famiglia, gruppo amicale, colleghi, tifoseria, gruppo di interesse, gruppo etnico, ...). Tale appartenenza costituisce parte della loro identità sociale e ha spesso un preciso significato emozionale ("noi", contrapposto a "loro"). In situazioni di minaccia o di critica, questo le porta a difendere istintivamente il proprio gruppo di riferimento (in-group) rigettando le colpe di eventi negativi su gruppi esterni (out-group). Ad esempio, è più difficile prendere le distanze da atti illegali compiuti da persone appartenenti al proprio gruppo di riferimento mentre è molto più facile accettare che quegli atti li compiano altri gruppi. In aggiunta, la paura di non essere ben visti dal proprio gruppo può portare a non assumere posizioni critiche verso il gruppo stesso anche quando ci si rende conto che in esso vi sono dei problemi.

### **1.5. L'effetto gregge o effetto carrozzone (*groupthink o bandwagon effect*)**

Questo effetto si verifica quando si è portati a pensare che un comportamento, una scelta o un atteggiamento siano corretti solo perché vengono adottati da tan-

te persone (“lo fanno tutti”), a prescindere dal fatto che vi siano o meno buone ragioni alla base (“se non fosse la scelta migliore, gli altri non l’avrebbero presa”). Questo effetto porta alla diffusione delle mode e in generale al conformismo sociale nella costruzione di opinioni e nell’intrapresa di scelte.

### **1.6. Il bias di impegno (*commitment bias*)**

Questo bias rende difficoltoso tornare sulle proprie posizioni, anche quando tutte le informazioni a nostra disposizione dicono che queste sono errate. Se ad esempio scegliamo di andare al cinema a vedere un determinato film e ci accorgiamo dopo pochi minuti che è noioso e non incontra le nostre aspettative, un comportamento razionale sarebbe quello di alzarci ed andarcene, occupando il nostro tempo in qualcosa di migliore. La maggior parte delle persone invece rimane a vedere il film fino alla fine, perché ha già pagato il biglietto e non vuole accettare la perdita economica, non vuole ammettere di aver sbagliato la scelta e cerca nel seguito del film elementi in grado di giustificarla. Pur di rimanere coerenti con la loro prima scelta le persone affrontano un disagio ed esaltano pregi trovati ad hoc, sminuendo difetti chiaramente visibili. In breve, le persone tendono a razionalizzare e difendere a oltranza le scelte fatte anche se tali scelte sono state impulsive oppure sono state prese in presenza di gravi lacune informative.

### **1.7. Il bias di conferma (*confirmation bias*)**

Questo bias si riferisce alla tendenza a cercare conferme alle proprie convinzioni preesistenti (ricerca selettiva delle prove) e a ignorare o rifiutare esplicitamente informazioni che le contraddicono. Le persone tendono ad assegnare significato alle informazioni esperite sulla base di *come vorrebbero che fosse la realtà*, più che su *come è effettivamente la realtà*, proteggendosi così da *dissonanze cognitive*, ossia informazioni che contraddicono il proprio modo di pensare e che obbligano a fare uno sforzo per ristrutturarlo (quando non ad abbandonarlo del tutto), con un conseguente rischio per la persistenza della propria identità e per l’immagine di sé offerta al gruppo sociale di riferimento.

### **1.8. L’effetto alone (*halo effect*)**

Nel giudicare le persone possiamo avere una visione globale oppure prendere a riferimento un solo tratto di esse, che ci ha particolarmente colpito o che riteniamo, senza alcuna buona ragione, particolarmente rappresentativo dell’intera persona, ignorandone tutti gli altri. Questo bias viene detto *effetto alone*: un tratto della persona mette in secondo piano gli altri. Ad esempio, si proietta la bravura nella sua professione di un professionista (imprenditore, calciatore, medico, ...) anche su altri tratti della sua personalità o della sua competenza, che con questa bravura non sono per nulla correlati.

### **1.9. Il bias di ripetizione (*illusory truth effect*)**

La ripetuta esposizione a uno stimolo cambia l’atteggiamento dei soggetti verso lo stimolo stesso (*mere exposure effect*) e, se lo stimolo viene presentato positivamente, questo verrà reso più attraente agli occhi dell’osservatore, soprattutto se questi non ha un atteggiamento precedente nei confronti dello stimolo o questo atteggiamen-

to è già positivo. Superare una certa frequenza di esposizione provoca però l'effetto opposto: se uno stimolo diventa eccessivamente abituale tende a perdere parte del suo potenziale attrattivo e viene progressivamente ignorato. L'effetto di questo bias è anche quello di portare le persone a credere che un'informazione falsa sia vera solo perché quell'informazione viene ripetuta tante volte e questo accade anche quando le persone sanno già da prima dell'esposizione che quell'informazione è falsa.

### **1.10. Il bias di attribuzione (*attribution bias* o *fundamental attribution error*)**

Questo bias si riferisce alla tendenza ad attribuire la causa di un comportamento a caratteristiche personali o alla situazione a seconda del fatto che il comportamento sia il nostro o quello degli altri e se sia positivo o meno. Se il giudizio è espresso da chi agisce, si tende a porre l'attenzione su se stessi se il comportamento è positivo (es. "Ho evitato l'incidente") o sulla situazione se è negativo (es. "Si sono rotti i freni") (*self-serving bias*). Se è espresso da chi osserva l'azione si tende a trarre conclusioni basandosi su caratteristiche personali senza considerare la situazione (es. "Se l'incidente è stato causato da una donna è perché le donne non sanno guidare, non perché si sono rotti i freni").

### **1.11. Il bias di causazione illusoria (*illusory correlation* o *illusory causation*)**

Questo bias si riferisce alla tendenza a stabilire l'esistenza di un rapporto causale tra due o più eventi solo perché questi variano insieme, anche per motivi che non c'entrano nulla con la causazione. Spesso i territori che vedono una maggior presenza di cicogne hanno anche alti tassi di natalità, ma questo ovviamente non vuol dire che i due eventi siano legati da un rapporto causale: le cicogne nidificano in zone rurali e le zone rurali sono quelle che spesso hanno tassi di natalità più alti.

### **1.12. Il bias del giudizio retrospettivo (*hindsight bias*)**

Questo bias si riferisce al fatto di formulare giudizi "a posteriori", ossia quando si sa già cosa è successo e l'informazione a disposizione rende apparentemente facilmente prevedibile il corso degli eventi passati.

Ad esempio, è facile dire a posteriori, ossia *dopo*, "Perché non è stato imposto prima il lockdown durante la pandemia? Avrebbe risparmiato migliaia di vite umane!" quando gli effetti della pandemia si sono già rivelati. Molto più difficile è prendere la decisione a priori, ossia *prima*, quando gli effetti della pandemia non sono ancora pienamente noti. L'apparente ovvietà del giudizio retrospettivo porta gli individui a sovrastimare le proprie capacità previsionali e a giudicare incompetenti i decisori istituzionali, che invece si sono trovati a prendere quella decisione in una condizione informativa molto differente.

### **1.13. Il bias dell'ovvietà (*curse of knowledge*)**

Questo bias si riferisce al fatto che ciò che noi riteniamo ovvio ci sembra debba essere ovvio anche per gli altri. È un bias che sottolinea la difficoltà di vedere le cose dal punto di vista degli altri, pensando che il nostro punto di vista, le nostre pre-conoscenze e il nostro modo di ragionare, siano patrimonio anche degli altri e non solo di noi stessi. Ad esempio, se leggendo una notizia ci facciamo una certa

idea dell'evento, dei protagonisti e delle cause, ci sembra ovvio che anche le altre persone che leggono la stessa notizia debbano farsi la stessa idea.

### **1.14. Il bias di regolarità (*clustering illusion*)**

Questo bias raggruppa un insieme di effetti accomunati dal fatto che le persone vedono regolarità e intenti sistematici anche dove regolarità e intenti non esistono. Nella *pareidolia*, le persone vedono figure precise in macchie di colore o nelle nuvole, quando queste figure sono solo frutto di disposizioni casuali o del funzionamento ricostruttivo della loro percezione. Nell'*errore aneddotico (anedoctal fallacy)* le persone usano la loro limitata esperienza personale per trarre conclusioni radicali su un determinato argomento, ignorando altri dati fattuali che portano a conclusioni opposte ("ho visto con i miei occhi che..."). Nell'*illusione di validità (illusion of validity)* le persone credono di vedere nelle informazioni a disposizione regolarità e coerenze e saltano subito alle conclusioni ("è così! Si vede!"), senza preoccuparsi di raccogliere informazioni su ciò che non si vede e reinterprestando eventuali dati successivi in funzione della regolarità ipotizzata e ritenuta già vera a prescindere. L'effetto complessivo è il bias di regolarità (*clustering illusion*): il nostro cervello individua in elementi sparsi di realtà delle sistematicità regolari, dette "pattern", attraverso le quali giunge frettolosamente a sommarie conclusioni. Spesso però queste sistematicità non esistono e sono solo il frutto di una sovrapposizione delle nostre aspettative alla realtà.

## **2. Come (cercare di) non cadere in trappola: acquisire consapevolezza dei bias cognitivi**

Vi sono numerose situazioni in cui questi effetti si presentano in modo combinato, interagiscono tra di loro e si rafforzano a vicenda. Se seguite i dibattiti sui social, troverete ampi e variegati esempi dei bias precedentemente descritti e delle loro combinazioni. Fenomeni quali il non credere a informazioni ampiamente documentate e dati fattuali precisi, pensare che la realtà sia l'esito di complotti e l'informazione il frutto di azioni manipolative con scopi precisi, derivano dall'esercizio coordinato e coerente di questi bias.

Ad esempio, quando accade un evento importante, che riceve molta attenzione mediatica e stimola la produzione di informazione giornalistica, il soggetto si costruisce un'idea di ciò che è successo sulla base della prima impressione che ha avuto di quell'evento, dell'impatto emozionale che ne ha ricevuto, dell'influenza che alcuni tratti salienti della situazione e dei personaggi coinvolti hanno su di lui. L'idea che ha costruito è semplice e non lo obbliga a fare i conti con margini di incertezza, è compatibile con le proprie visioni del mondo, viene rafforzata dal proprio gruppo di riferimento ed è un'idea condivisa da molti.

Il soggetto cerca intenzionalmente altre informazioni che la confermano la sua idea e ignora sistematicamente quelle che la smentiscono, bollandole come frutto di complotti e manipolazioni. Anche quando la sua idea tenda a vacillare sulla base di nuove informazioni, sceglie comunque di sostenerla per non dover dire "Ho sbagliato tutto". Più la ripete a se stesso e agli altri e più la sente ripetere, più diventa credibile. Avere la sensazione di averla scoperta (mentre altri non lo hanno fatto) alimenta la sua autostima e ogni volta che viene in contatto con nuovi dati

vede in quei dati manifestazioni della propria idea. Sulla base di quell'idea, assegna giudizi retrospettivi che – proprio perché retrospettivi – la confermano. Gli sembra ovvio che le cose stiano così e si stupisce che gli altri non vedano “la realtà” e le regolarità che presenta.

### Riferimenti bibliografici

Korteling, J.E., Toet, A., 2021. *Cognitive Biases*. In: Della Sala, S. (Ed.), *Encyclopedia of Behavioral Neuroscience*, vol. 3. Elsevier, pp. 610–619.

Tversky, A., Kahneman, D. (1974), *Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases*, *Science*, New Series, Vol. 185, No. 4157. (Sep. 27, 1974), pp. 1124-1131.

### ■ Traccia per l'attività in classe

1. Proponete agli allievi di riflettere su situazioni di vita quotidiana per riconoscere e acquisire consapevolezza dei propri bias cognitivi, chiedendo di compilare, a coppie o gruppi di tre, una tabella come la seguente, in cui inserire esempi di situazioni di vita quotidiana in cui le persone cadono nelle “trappole” dovute ai bias cognitivi.

Bias cognitivo	L'ho sperimentato personalmente in questa situazione:	Ho visto persone che, secondo me, vi sono cadute in questa situazione:
Bias di ancoraggio		
Bias emotivo		
Bias di incertezza		
Bias di appartenenza a un gruppo		
Effetto gregge		
Bias di impegno		
Bias di conferma		
Effetto alone		
Bias di ripetizione		
Bias di attribuzione		
Bias di causazione illusoria		
Bias del giudizio retrospettivo		
Bias dell'ovvietà		
Bias di regolarità		

Dopo aver compilato la tabella attivate una discussione in classe in cui ciascun gruppo descrive brevemente alla classe le situazioni trovate.

Ci sono situazioni tipiche in cui operano i bias cognitivi? Quali sono? Quando i bias in cui cadono i soggetti vengono scoperti, qual è la reazione dei soggetti che ci sono caduti?

2. I bias cognitivi operano anche sui media?

Chiedete agli studenti di consultare i quotidiani online e cercare articoli in cui si esprimono opinioni che possono essere direttamente imputate all'azione di uno o più bias cognitivi, illustrando gli esempi ai compagni.





### Senso critico e scetticismo attivo

di Roberto Trinchero

Docente ordinario di Pedagogia sperimentale presso l'Università degli studi di Torino

#### ■ Scheda didattica

Abbiamo visto come i bias cognitivi rendono difficile esprimere un giudizio obiettivo sulla realtà, distorcendo la comprensione dell'informazione e il suo uso per prendere decisioni.

Conoscere i bias cognitivi non ci rende immuni da essi. La tendenza della nostra mente a cercare scorciatoie ha spesso la meglio sui tentativi di analisi sistematica, ponderata e riflessiva. Per questo è importante coltivare ed applicare sistematicamente quello che viene definito *pensiero critico* (*critical thinking*), ossia una forma di pensiero caratterizzata da razionalità, rigore logico e analiticità.

Nel testo *How We Think* (1910), John Dewey si riferisce al pensiero critico (da lui chiamato "pensiero riflessivo") come un *esame attivo, persistente e attento di qualsiasi credenza* o presunta forma di conoscenza, alla luce dei fondamenti che la supportano e delle conclusioni che ne derivano.

#### 1. Gli strumenti del pensiero critico

Gli strumenti del pensiero critico sono il ragionamento esplicito e la revisione imparziale dell'informazione a disposizione, intese come azioni volte a rispondere a domande e a risolvere problemi nella maniera più trasparente e obiettiva possibile. L'esercizio del pensiero critico implica abilità logiche (concettualizzazione, applicazione, analisi, sintesi e valutazione) e disposizioni positive (apertura, accettazione, piacere, investimento di tempo e di risorse) verso forme di indagine riflessiva basate sull'osservazione, sull'esperienza diretta e indiretta, sul ragionamento, sullo scambio comunicativo.

Il prodotto del pensiero critico sono migliori credenze, modi di pensare, scelte e comportamenti, dove il "migliori" si riferisce al fatto che sono stati sottoposti a procedure di controllo fattuale (confronto con la realtà) e intersoggettivo (confronto con altri soggetti) e quindi hanno raggiunto una maggior solidità.

Caratteristiche del pensiero critico sono la chiarezza, l'accuratezza, la precisione, la coerenza, la rilevanza rispetto allo scopo, la profondità, l'ampiezza di vedute, l'affidabilità delle conclusioni, la conferma empirica e la ricerca costante di buone ragioni che supportino le affermazioni.

Anche i criteri descritti della Scheda 1 (Valutare la qualità dell'informazione) derivano in modo diretto dall'applicazione di questi principi.

Sul piano operativo, un soggetto che esercita il pensiero critico sull'informazione cerca sistematicamente di isolare e mettere in luce:

- a) la qualità delle fonti informative prese in considerazione, in tutti gli aspetti che la caratterizzano;
- b) le problematiche, apparenti e profonde, su cui verte il dibattito o a cui sono

collegati gli eventi e la loro rilevanza nel panorama odierno;

c) gli scopi degli attori coinvolti negli eventi o negli atti comunicativi;

d) i problemi aperti, le questioni irrisolte, le domande lasciate in sospeso;

e) le varie posizioni prese sulle questioni, gli assunti di base che le sottendono, gli elementi di pensiero che rimangono impliciti nei ragionamenti e che possono fare la differenza nella comprensione;

f) i pro e contro delle varie posizioni, le possibili obiezioni a cui si prestano e i punti di vista e prospettive alternativi;

g) i concetti che vengono utilizzati per ragionare e le loro connessioni logiche, i significati associati ai termini linguistici che li designano e i quadri di riferimento utilizzati per l'assegnazione di significato;

h) la fondatezza empirica delle affermazioni fatte dai vari attori, ossia la loro coerenza con i fatti e con i dati empirici;

i) i percorsi di ragionamento logico che portano dalle premesse alle conclusioni, i punti di forza, i punti di debolezza, le incoerenze, le fallacie, le contraddizioni presenti in tali percorsi;

l) le implicazioni e le conseguenze di credenze, atteggiamenti, scelte e comportamenti degli attori coinvolti e gli assunti di base personali che li giustificano.

Come si vede, è un'analisi dell'informazione che va proprio nella direzione opposta a quella in cui vanno i bias cognitivi e che può anche portare a percorsi di ragionamento lunghi, complessi e che non giungono a delle conclusioni definite. Le persone che utilizzano il pensiero critico con padronanza e sistematicità sono persone che, nel linguaggio corrente, sono dotate di *sensu critico*, ossia di quella disposizione personale che li porta a usare il pensiero critico con costanza e naturalezza in diverse situazioni della vita.

Le persone con forte senso critico sono dotate dell'umiltà intellettuale necessaria per ammettere i limiti dei loro punti di vista e l'apertura che serve a valutare punti di vista alternativi e a modificare i propri se necessario. Le persone con debole senso critico fanno molta più fatica ad ammettere i propri bias cognitivi e sono scarsamente propensi a rinunciarvi, ignorando o evitando informazioni e situazioni che possono mettere in crisi i loro punti di vista.

Elementi chiave nel senso critico sono l'*autonomia di pensiero*, che esprime anche il coraggio di andare contro posizioni stereotipate o dominanti nel proprio gruppo di riferimento, e la *responsabilità nel giudizio*, che significa accettarne le conseguenze a livello personale, anche quando queste possono non essere piacevoli (investire tempo e risorse cognitive, subire critiche, rendere difficili i rapporti con gli altri).

## **2. Costruire il senso critico verso l'informazione**

Un primo passo verso la costruzione di senso critico è l'acquisizione di consapevolezza dell'esistenza, della pervasività e delle possibili manifestazioni dei bias cognitivi in vari contesti comunicativi.

Per non dimenticare l'esistenza e l'azione dei bias è possibile, ad esempio, costruire insieme di *warnings* (ossia avvisi, segnali di allerta) che ci mettano in guardia dalle trappole in cui la nostra mente tende a farci cadere.

Questo può essere fatto tenendo a mente, ripetendo frequentemente e applicando

sistematicamente nell'analisi dell'informazione e nella presa di decisioni, elenchi di "regole" del tipo:

1. La prima impressione può essere ingannevole, quindi sospendi il giudizio e rivedila alla luce delle informazioni che vengono dopo (contrasta il bias di ancoraggio).
2. Non esprimere un pensiero impulsivamente, aspetta che l'emozione che l'ha generato sia svanita (contrasta il bias emotivo).
3. Le cose non sono mai tutte bianche o tutte nere: c'è sempre un po' di nero nel bianco e un po' di bianco nel nero (contrasta il bias di incertezza).
4. Mettiti nei panni di chi è diverso da te e cerca di vedere il mondo come lui lo vede; più è diverso e più opportunità avrai di imparare (contrasta il bias di appartenenza a un gruppo).
5. Tutte le persone possono sbagliare, da sole o insieme, e sei una persona anche tu (contrasta l'effetto gregge).
6. Se senti di aver sbagliato, puoi anche cambiare idea e dire che ti sei sbagliato; se non senti di aver sbagliato considera l'idea di poterlo fare (contrasta il bias di impegno).
7. L'informazione che ti dà ragione non ti fa crescere, quindi cerca quella che ti dà torto (contrasta il bias di conferma).
8. Informati sugli aspetti della situazione che non conosci, prima di dare un giudizio basandoti su quelli che conosci (contrasta l'effetto alone).
9. Una bugia è sempre una bugia anche se viene detta da un miliardo di persone (contrasta il bias di ripetizione).
10. Puoi anche accettare che gli altri siano meglio di te: non toglie nulla alle tue capacità (contrasta il bias di attribuzione).
11. Le cose non sono quelle che sembrano: l'apparenza inganna, per questo hai bisogno di più informazione (contrasta il bias di causazione illusoria).
12. Se sai già cosa succederà, dillo prima che l'evento accada, altrimenti accetta di non saperlo (contrasta il bias del giudizio retrospettivo).
13. Quello che è scontato per te non è scontato per tutti: tu non sei un campione rappresentativo degli altri esseri umani, quindi, non aspettarti che loro ragionino come te (contrasta il bias di ovvietà).
14. Il caso agisce più spesso di quanto tu creda: ciò che vedi è la tua interpretazione della realtà, non la realtà stessa (contrasta il bias di regolarità).

Questi precetti, applicati sistematicamente e con convinzione, aiutano nella costruzione di un atteggiamento maggiormente critico e obiettivo verso l'informazione a disposizione e verso il proprio modo di esperirla, elaborarla, usarla.

### **3. Lo scetticismo attivo**

Il termine *scetticismo* deriva dal greco σκέψις (*sképsis*), che significa "ricerca", "dubbio", e ha la stessa radice del verbo *sképtesthai* che significa "osservare attentamente", "esaminare". Esso designa una posizione filosofica che nega la possibilità di raggiungere, con la conoscenza, la verità in senso assoluto e rappresenta il momento di dissoluzione o reazione al *dogmatismo*, che invece definisce sistemi di

verità a partire da principi che non vengono mai messi in dubbio, indipendentemente dai fatti e dalle esperienze.

Acquisire consapevolezza dell'esistenza dei bias cognitivi può orientare verso forme di scetticismo: se la conoscenza si basa sui sensi e questi danno percezioni ingannevoli e rappresentazioni distorte, come è possibile conoscere *la* verità?

O ci si orienta nella direzione di una verità che dipende dalla prospettiva in cui si colloca l'osservatore, come nel caso del relativismo ("la verità di una notizia dipende dalla visione del mondo dell'osservatore"), oppure si sminuisce l'importanza della verità stessa, sostituendola con la *post-verità*, ossia una questione di secondaria importanza rispetto alle percezioni e rappresentazioni che di essa ne ha il pubblico ("non importa che la notizia sia vera, importano le emozioni, le sensazioni, gli effetti della notizia, perché quelli sì che sono veri"). Entrambe le posizioni lasciano a desiderare. Arrendersi al relativismo significa accettare che nessuna forma di decisione oggettiva e condivisibile tra gruppi con visioni diverse sia possibile, con l'effetto di far proliferare e legittimare posizioni arbitrariamente differenziate, inconciliabili e radicalizzate. Sostituire alla verità la post-verità, significa costruire un mondo finto, totalmente disancorato dalla realtà fattuale, e l'esperienza insegna che, prima o poi, la realtà fattuale presenta il conto.

Da qualunque prospettiva lo si veda, lo scetticismo esprime un'istanza tipica dell'essere umano: la perenne insoddisfazione verso il proprio conoscere.

Questa insoddisfazione può portare o a rifuggire del tutto dalla ricerca della verità (con la scusa del "tanto non è raggiungibile", e da qui la fuga nel relativismo o nella post-verità) o a sospendere il giudizio in attesa di migliori informazioni, da ottenersi con una ricerca maggiormente sistematica e approfondita volta a verificare che davvero la verità non sia raggiungibile, o almeno avvicinabile con un sufficiente grado di approssimazione.

Nel primo caso lo scetticismo è *passivo*, ossia esprime una rinuncia e un abbandonarsi agli eventi. Nel secondo caso è *attivo*, ossia esprime volontà di ricerca della verità, desiderio di non giungere a facili conclusioni, ma sospendere il giudizio, analizzare accuratamente i messaggi, cercare fonti informative suppletive e alternative, distinguere i fatti certi, oggettivamente dimostrati (*l'oggettivo*), da quelli incerti ma con forti indizi di plausibilità (il *quasi-oggettivo*), e dalle opinioni e assegnazioni di significato che le persone esprimono a partire dai fatti (il *soggettivo*), e prendere decisioni solo dopo aver separato analiticamente i tre piani.

Un sano scetticismo attivo non è quindi solo utile ma persino necessario, se si vogliono costruire opinioni personali e fondate e giudizi originali, chiari, obiettivi e accurati. In assenza di esso, il pensiero rischia di appiattirsi su dogmi autoimposti dai propri bias cognitivi o eteroimposti da "influencer" che esercitano il pensiero critico al posto nostro, fornendoci comodi modelli di pensiero da imitare acriticamente.

## Riferimenti bibliografici

Dewey, J. (1910). *How we think*. Lexington (Ma): D.C. Heath & Co.

## ■ Traccia per l'attività in classe

1. Proponete agli allievi di pensare ad una situazione della loro vita quotidiana in cui hanno adottato un atteggiamento scettico verso l'informazione a loro disposizione. Chiedete di esporla alla classe e di discuterla con i compagni.

2. Proponete agli allievi un articolo tratto da una testata giornalistica cartacea (fatto di cronaca, commento di politica interna ed estera, servizio di economia e finanza, approfondimento di cultura, etc...) o online e chiedete loro di leggerlo attentamente, in coppia o a gruppi di tre, anche più volte, e di individuare in esso i *fatti*, ossia gli elementi passibili di controllo empirico, e le *opinioni*, ossia gli elementi che dipendono da scelte e preferenze soggettive. L'articolo deve essere lo stesso per tutti. Chiedete poi di controllare la veridicità dei fatti, cercando in Rete altre informazioni che li confermino o li confutino e di esaminare le opinioni per determinarne il livello di ancoraggio con i fatti e la correttezza del percorso di ragionamento che le ha generate, anche tenendo conto di eventuali bias che lo condizionano.

Gli allievi possono aiutarsi con lo schema seguente:

Articolo:
Testata:

Fatti riportati (piano oggettivi o quasi-oggettivo)	Fonti che li confermano
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	

Opinioni espresse dal giornalista o riportate da altri soggetti (piano soggettivo)	Sono condivisibili perché:	Sono scarsamente condivisibili perché:
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		

Quando tutti hanno compilato la tabella, attivate una discussione in classe in cui ciascun gruppo descrive brevemente alla classe il proprio lavoro. C'è coerenza tra le varie risposte date? Quali sono le differenze? A cosa sono dovute?

3. Proponete agli allievi un articolo (uguale per tutti) tratto da una testata giornalistica cartacea o online e chiedete loro di leggerlo attentamente in coppia o a gruppi di tre, anche più volte, e di rispondere per iscritto alle seguenti domande:

	<i>Domande</i>
A	La fonte informativa è di qualità? Quali sono gli elementi che vi portano a dirlo?
B	Quali sono i temi e le problematiche su cui verte il dibattito? Quali si vedono a prima vista? Quali richiedono una lettura più approfondita? Perché i temi si possono considerare rilevanti nel panorama odierno?
C	Quali sono, secondo voi, gli scopi degli attori coinvolti negli eventi descritti nell'articolo? Quali sono, secondo voi, gli scopi di chi ha scritto l'articolo?
D	Quali sono le domande a cui l'articolo non dà risposta, ma che potrebbe essere importante porsi per capire meglio l'evento e le opinioni degli attori coinvolti?
E	Quali sono le posizioni espresse dall'articolo sulle questioni descritte? Quali sono gli assunti di base che le sottendono? Ci sono degli elementi importanti che rimangono impliciti (ossia "non detti") nei ragionamenti espressi?
F	Quali sono le ragioni "pro" e "contro" le varie posizioni espresse dall'articolo? Quali obiezioni si potrebbero porre a queste ragioni? Ci potrebbero essere punti di vista alternativi che l'articolo non esprime?
G	Quali sono i concetti più importanti che vengono trattati nell'articolo? (es. il disagio degli adolescenti nei quartieri periferici) Quali sono le connessioni logiche che li legano (es. la presenza del disagio causa disordini periodici)? Cosa vuol dire il termine linguistico che designa quel concetto? (es. cosa vuol dire "disagio"). Vi sono collegamenti tra i concetti presenti nell'articolo e i concetti trattati a scuola?
H	Le affermazioni riportate nell'articolo (del giornalista o dei soggetti che cita) si fondano su dati specifici? Quali? Le affermazioni fatte sono coerenti con i dati?
I	Quali sono le conclusioni a cui giunge l'autore dell'articolo? Qual è il percorso di ragionamento che porta dalle premesse alle conclusioni? Ci sono elementi non chiari o non condivisibili in questo percorso di ragionamento? Ci sono delle contraddizioni?
L	Quali sono le credenze implicite (ossia non dichiarate esplicitamente) che, secondo voi, hanno guidato l'autore dell'articolo nella sua stesura? Qual è, secondo voi, il suo punto di vista personale sui temi trattati?

Quando tutti hanno risposto alle domande, attivate una discussione in classe in cui ciascun gruppo descrive brevemente alla classe il proprio lavoro. C'è coerenza tra le varie risposte date? Quali sono le differenze? A cosa sono dovute?

---

## Scheda

---

### Le fake news

di Roberto Trincherò

Docente ordinario di Pedagogia sperimentale presso l'Università degli studi di Torino

#### ■ Scheda didattica

Assomiglia proprio a una notizia. Ma non è una notizia. È verosimile come la realtà. Ma non è la realtà. È la falsa notizia (*fake news* o *hoax*, letteralmente “bufala”). Le false notizie esistono dalla notte dei tempi. Vi sembra credibile, come scrive Tito Livio, che Muzio Scevola possa mettere una mano su un braciere ardente senza fare una piega? Ovviamente no, probabilmente però in passato c'è stato qualcuno che vi ha creduto e la “notizia” si è diffusa di bocca in bocca, con poche persone ad averla esaminata con la lente del senso critico.

#### 1. Cos'è una notizia? Quali effetti può avere?

Il primo passo per capire cos'è una falsa notizia è capire cos'è una *notizia*. Le definizioni sono molteplici, ma tutte condividono un elemento-chiave: la notizia deve partire da un evento, da descrivere con accuratezza fattuale ed eventualmente da commentare con opinioni circostanziate (Kershner, 2005). Se manca l'informazione fattuale e il testo riferisce solo opinioni dell'autore, il testo non rappresenta una notizia. Le opinioni non possono essere vere oppure false, sono opinioni. L'informazione fattuale invece può esserlo, quindi dove non vi è informazione fattuale non vi è fake news. Quando si parla di fake news, il “fake” è proprio riferito alla non-autenticità del fatto che viene descritto. In altre parole, viene a mancare l'elemento oggettivo o quasi-oggettivo della notizia che la può rendere vera o falsa. “Fake”, infatti, sta per “non genuino”, “imitato”, “contraffatto”, “falso”, “menzognero”.

È necessario sottolineare che, sia in contesti pubblici sia in contesti privati, dove il comunicante diffonde una menzogna consapevole (ossia un'informazione che sa essere falsa o comunque a cui lui stesso non crede pienamente), l'intento è sempre manipolatorio. A livello di comunicazione mediale vi sono tre tipologie di manipolazione informativa (Wardle, Derakhshan, 2017):

- la *mis-informazione*, che si ha quando viene diffusa falsa informazione senza un intento preciso di causare danni a qualcosa o qualcuno, ma solo per trarre un vantaggio personale (ad esempio in termini di audience);
- la *dis-informazione*, che si ha quando viene diffusa falsa informazione con l'intento preciso di causare danni a qualcosa o qualcuno;
- la *mal-informazione*, che si ha quando viene diffusa informazione vera con l'intento preciso di causare danni a qualcosa o qualcuno, ad esempio quando si diffondono nella sfera pubblica informazioni che dovrebbero stare nella sfera privata. Le fake news rientrano nella mis-informazione e nella dis-informazione.

L'interesse per lo studio del fenomeno è aumentato in questi anni perché grazie alla Rete e alle tecnologie medialità è molto più semplice produrre e diffondere su



larga scala falsa informazione. La Rete ha cambiato la definizione di “notizia” e reso possibile una sorta di “giornalismo dei cittadini” (Robinson, DeShano 2011), dove tutti si possono improvvisare redattori o reporter e raccontare la storia che vogliono aprendo un proprio blog. I social consentono a questo “giornalismo” di uscire dallo spazio limitato dei blog (su cui ci si arriva volontariamente, sulla base di una ricerca intenzionale) e di raggiungere un pubblico più ampio in tempi rapidissimi, attraverso algoritmi che propongono loro stessi le “notizie” agli utenti, come ad esempio quello di Facebook o di TikTok.

Il largo uso che viene fatto dei social ci fa capire quanto le persone sono oggi esposte agli effetti delle fake news, effetti che non vanno sottovalutati, dato che, secondo il famoso teorema coniato nel 1928 da William Thomas *“Se gli uomini definiscono una situazione come reale, essa sarà reale nelle sue conseguenze”*.

Ad esempio, se tante persone pensano che un Paese non sarà in grado di rimborsare i titoli di stato che emette, cercheranno di venderli il più rapidamente possibile e questo farà abbassare il loro prezzo e la fiducia nel Paese, alimentando la credenza originaria con dati fattuali e mettendo veramente il Paese nella condizione di non poter più rimborsare i titoli di stato. Il fenomeno è noto anche come “profezia che si autoavvera”: solo per il fatto di essere stata pronunciata (e creduta), la profezia genera conseguenze che la rendono vera. Il circolo vizioso può essere innescato da una falsa notizia, diffusa ad arte proprio per provocare quelle conseguenze.

Una fake news può avere un grado più o meno alto di aderenza alla realtà fattuale e un grado più o meno alto di intenzione manipolativa dell’autore.

L’autore può limitarsi ad inventare una notizia per fare clamore e attirare più contatti, trasformabili in guadagni pubblicitari, oppure può puntare a distorcere le opinioni dei fruitori, ad esempio per perseguire un risultato strategico, anche di lungo periodo, quale ad esempio mettere in buona luce un personaggio o gruppo e in cattiva luce un altro, alterare le scelte politiche dei cittadini, orientare il dibattito verso alcuni argomenti per distoglierlo intenzionalmente da altri.

In tutti i casi, la nascita e la diffusione delle fake news richiede un ruolo attivo del pubblico che ne fruisce. Se la fake news viene subito riconosciuta come tale, tutto finisce lì. La “notizia” diventa fake news quando viene creduta e rilanciata. Lo scarso senso critico del pubblico, o almeno di parti di esso, contribuisce in maniera rilevante alla co-costruzione del fenomeno.

## **2. Tipi di fake news**

Le fake news vengono tradizionalmente classificate in cinque categorie (Tandoc, Lim, Ling, 2017): notizie satiriche, parodie di notizie, notizie costruite, manipolazione foto-video, pubblicità occulta. Vediamole in dettaglio.

### **2.1. Notizie satiriche (*satire news*)**

Le fake news possono assumere la forma di notizie satiriche, date in notiziari online o televisivi (mezzobusto che parla dietro una scrivania e lancia servizi filmati) che hanno lo stesso format dei telegiornali ma che presentano gli eventi in maniera umoristica ed esagerata. Questi programmi dichiarano in modo esplicito il loro intento di intrattenimento e non di informazione e sono confezionati in modo che l’intento stesso sia apertamente riconoscibile (es. con risate finte in

sottofondo). I conduttori si definiscono comici e non giornalisti o conduttori di telegiornali. Spesso, l'uso dell'umorismo in questi programmi non è casuale né imparziale: le "notizie" si focalizzano su bersagli precisi ed esprimono critiche mirate su temi politici, economici, sociali. Il punto di partenza è dato spesso da un evento reale che viene poi letto in chiave satirica (e distorsiva), dando origine a messaggi molto espliciti (es. quando viene ridicolizzato un personaggio pubblico, esagerando eventi che lo riguardano o presentandolo in maniera caricaturale) che possono influenzare in modo significativo le opinioni del pubblico (Brewer, Young, Morreale 2013), il quale, proprio perché pensa di trovarsi di fronte ad un programma di intrattenimento e non di informazione, abbassa la soglia di senso critico verso i messaggi ricevuti.

## **2.2. Parodie di notizie (*news parody*)**

Questi messaggi hanno un format simile al precedente, che però non parte da una base fattuale, ossia da eventi realmente accaduti, ma da storie interamente inventate, seppur plausibili. L'assunto implicito è che in questo caso le "notizie" date sono così inverosimili che, anche se non viene detto esplicitamente, nessuno nel pubblico potrebbe credere a una cosa del genere. Il bias dell'ovvietà può giocare però brutti scherzi. La celebre diretta radiofonica del 30 ottobre 1938 di Orson Welles, trasmessa negli Stati Uniti dalla CBS e documentante uno sbarco alieno, era uno sceneggiato radiofonico, ma la parodia del servizio giornalistico era così convincente da portare molti ascoltatori a credere di trovarsi di fronte a un programma informativo e non di intrattenimento, e quindi a credere che fosse davvero in corso un'invasione aliena.

## **2.3. Notizie costruite (*news fabrication*)**

Queste "notizie" non hanno alcuna base fattuale ma vengono pubblicate con lo stesso stile delle notizie vere allo scopo di ottenere legittimazione.

A differenza delle parodie, non vi è nessun accordo implicito tra comunicante e pubblico che consenta di capire che i messaggi sono falsi, perché qui è presente un chiaro intento di diffondere mis-informazione. I messaggi vengono diffusi in genere tramite siti web, blog o piattaforme social da gruppi di parte che danno ai messaggi manipolatori una parvenza di obiettività ed equilibrio informativo, quando non addirittura di "vera informazione, per difendersi dall'informazione manipolata veicolata dai media mainstream". Il fatto di ricevere la notizia dai propri amici presenti sui social dà spesso legittimazione alla notizia stessa, soprattutto in soggetti che hanno già da monte scarsa fiducia nei canali informativi ufficiali e per i quali la "notizia" dice proprio ciò che vogliono sentirsi dire (bias di conferma). Non vedendo la "notizia" nei canali ufficiali, perché totalmente falsa, si alimenta anche l'idea che il mainstream informativo voglia censurarle.

Altre volte le costruzioni partono da fatti realmente accaduti a cui ne vengono agganciati altri del tutto inventati, con evidente intento manipolatorio.

Ad esempio, se un'azienda che produce abbigliamento ha difficoltà finanziarie e rischia la bancarotta, qualcuno può confezionare una falsa notizia che attribuisce le difficoltà economiche alla campagna pubblicitaria dell'azienda in difesa delle istanze transgender, anche se queste non hanno alcuna relazione con tali difficoltà.

In tal modo vengono scredate sia l'azienda sia le istanze transgender.

#### **2.4. Manipolazione foto-video (*photo-video manipulation*)**

Molte false notizie partono da una foto o da un video, manipolato attraverso l'aggiunta di informazioni che non esistono nella realtà. La falsificazione grafica offre l'occasione per far partire una narrazione faziosa. Con le tecnologie *deep fake*, anche basate sull'intelligenza artificiale, è possibile creare video del tutto inventati ma molto realistici. Il rischio per i fruitori di essere manipolati è più grave perché l'informazione proveniente da immagini non deve superare il filtro testuale e quindi può attivare direttamente risposte emotive e reazioni corrispondenti (bias emotivo), tanto più pericolose perché soggette ad un minor grado di elaborazione razionale.

#### **2.5. Pubblicità occulta (*hidden advertising*)**

Vi sono messaggi confezionati in apparenza come notizie che in realtà sono messaggi pubblicitari. La normativa italiana impone a queste comunicazioni la sovrimposizione dell'avviso "Messaggio pubblicitario", laddove il format del messaggio stesso potesse dare luogo ad ambiguità; tuttavia vi possono essere casi (soprattutto quando i materiali risiedono su siti esteri) in cui la normativa viene aggirata o palesemente disattesa. Ad esempio, si dà la notizia della scoperta e/o messa in commercio di un nuovo miracoloso farmaco, citando anche studi scientifici, ma la notizia è pensata più per magnificare le doti del farmaco che non per informare realmente i cittadini.

### **3. Smascherare le fake news: il fact checking**

Scoprire le fake news è meno facile di quanto sembri. Come abbiamo visto, a volte la fake news poggia su un fondo di verità a cui vengono aggiunti fatti totalmente inventati oppure plausibili, ma per i quali mancano prove empiriche a supporto. La mancanza di prove empiriche a supporto può accompagnarsi alla mancanza di prove empiriche a sfavore, e quindi lasciare spazio aperto alla confusione manipolatoria tra opinione e realtà.

Anche laddove l'intento manipolatorio non sia presente fin dall'inizio, la distorsione può seguire il meccanismo del passaparola: una notizia vera viene diffusa da una fonte originale, che a sua volta viene ripresa e diffusa da un'altra fonte e così via. Ad ogni passaggio la notizia può subire un processo interpretativo, e il significato può essere distorto, in buona fede o in malafede.

Il piano oggettivo, quello quasi-oggettivo e quello soggettivo possono essere rimescolati in vario modo, generando un output radicalmente diverso dall'input.

Una buona regola sarebbe quella di rivolgersi sempre, per quanto possibile, alle fonti primarie, per ridurre le possibilità di distorsione.

Questo però è complicato, soprattutto quando le fonti primarie sono in lingue diverse dalla nostra perché il processo di traduzione può generare con facilità distorsioni interpretative.

Per smascherare una fake news è necessaria quindi un'operazione sistematica di rimessa a posto dei piani oggettivo, quasi-oggettivo, soggettivo.

L'operazione di *fact checking* (letteralmente controllo dei fatti, nota anche come

*debunking*, ossia sfatare credenze) punta proprio a questo: si va a controllare se ciò che è dichiarato come oggettivo nella notizia è realmente oggettivo, ciò che è dichiarato come quasi-oggettivo è quasi oggettivo e ciò che è dichiarato come soggettivo è soggettivo, evidenziando le eventuali mescolanze dei tre piani (opinioni spacciate per fatti, fatti ridotti a livello di opinioni, fatti non dimostrati dati per certi, fatti del tutto inventati spacciati per veri).

Per poter fare il fact checking di una notizia non è indispensabile avere una conoscenza certa di ciò che è effettivamente successo (piano oggettivo), dato che per molte notizie questo è palesemente impossibile.

È sufficiente mettere in luce come l'articolo presenta i tre piani.

Nell'esempio indicato nel punto 2.3, se si vuole avanzare l'opinione che il fallimento dell'azienda che produce abbigliamento sia da imputarsi alla campagna pubblicitaria in difesa dei diritti transgender, lo si può fare, ma va dichiarata come opinione (piano soggettivo), non come fatto (piano oggettivo); in aggiunta, se il giornalista ha raccolto prove a supporto della sua ipotesi le può presentare (piano quasi-oggettivo) in modo che il lettore stesso le possa valutare.

Una volta rimessi al loro posto i tre piani, è poi possibile utilizzare il senso critico per controllare la qualità del processo di ragionamento con cui si passa dai dati fattuali disponibili alle opinioni che su di essi si fondano: se i dati fattuali sono aderenti alla realtà ma si individuano palesi fallacie nel ragionamento, l'opinione è di per sé discutibile (quando non manipolatoria negli intenti, come avviene esplicitamente nella *propaganda*). Le fallacie vanno controllate tenendo presente che gli stessi dati fattuali possono spesso essere letti secondo molteplici prospettive, interpretati secondo quadri di significato differenti, utilizzati per suffragare opinioni e conclusioni differenti.

Il controllo deve poter essere condotto in un tempo ragionevole e con un limitato dispendio di risorse cognitive, tenendo anche presente che, non essendo sempre possibile risalire al dato fattuale primario, il giudizio deve basarsi spesso su "buone" fonti secondarie che lo riportano. Da qui l'importanza di avere un insieme di criteri espliciti per valutare la qualità dell'informazione in Rete.

## Riferimenti bibliografici

Brewer, P. & Young, D. & Morreale, M. (2013). The Impact of Real News about "Fake News": Intertextual Processes and Political Satire. *International Journal of Public Opinion Research*. 25. 323-343. 10.1093/ijpor/edt015.

Kershner, J. W. (2005). *The Elements of News Writing*. Boston (MA): Pearson Allyn and Bacon.

Robinson, S., & DeShano, C. (2011). Citizen journalists and their third places: What makes people exchange information online (or not)?. *Journalism Studies*, 12(5), 642-657.

Tandoc E., Lim Z. W., Ling R. (2017), Defining "fake news": a typology of scholarly definitions, *Digital Journalism* (Online First): 1-17.

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking*. Council of Europe.

<https://rm.coe.int/information-disorder-report-november-2017/1680764666>

## ■ Traccia per l'attività in classe

1. Presentate agli allievi una fake news e il relativo fact checking (è molto facile trovare in rete sia la prima sia il secondo su siti specializzati che si occupano di debunking), facendo vedere come agiscono i debunker professionisti: analizzano la notizia nei dettagli, isolano le frasi che descrivono i fatti e li controllano uno per uno servendosi di fonti informative differenti e ragionamenti ad hoc per stabilirne la plausibilità. Fornite poi una fake news e chiedete agli allievi, a coppie o a gruppi di tre, di effettuare loro stessi il debunking della notizia, individuando gli elementi che la rendono falsa.

2. Da dove arrivano le fake news? Chiedete agli allievi, a coppie o a gruppi di tre, di cercare fake news in Rete, cercando di descrivere e classificare sia le fake news trovate sia i siti che le ospitano e le diffondono. Per classificare le fake news, potete utilizzare le seguenti categorie, elaborate da Claire Wardle:

	Categoria di fake news
A	Collegamento ingannevole: quando titoli, immagini o didascalie differiscono dal contenuto.
B	Contenuto ingannatore: quando il contenuto viene spacciato come proveniente da fonti realmente esistenti, ma non è così.
C	Contenuto falso al 100%: quando il contenuto è completamente falso, costruito per trarre in inganno.
D	Contenuto manipolato: quando l'informazione reale, o l'immagine, viene manipolata per trarre in inganno.
E	Manipolazione della satira: quando non c'è intenzione di procurare danno, ma il contenuto satirico viene utilizzato per trarre in inganno.
F	Contenuto fuorviante: quando si fa uso ingannevole dell'informazione per inquadrare un problema o una persona in una chiave interpretativa faziosa.
G	Contesto ingannevole: quando il contenuto reale è accompagnato da informazioni contestuali false.

### La propaganda

di Roberto Trincherò

Docente ordinario di Pedagogia sperimentale presso l'Università degli studi di Torino

#### ■ Scheda didattica

La propaganda è una narrazione strategica costruita ad hoc per influire sull'opinione pubblica allo scopo di plasmare percezioni, rappresentazioni, modi di pensare, scelte e comportamenti dei soggetti al fine di ottenere una risposta che compatibile con gli intenti di chi la mette in atto (Khaldarova Grigor, Pantti 2016). Come nella pubblicità occulta, i messaggi propagandistici partono in genere da una base fattuale che viene reinterpretata sistematicamente in modalità favorevoli al propagandista o al suo gruppo di riferimento, generando una narrazione persuasiva dotata di continuità e pervasività.

#### 1. La propaganda nella comunicazione di massa

Così come le fake news, la propaganda esiste dalla notte dei tempi.

Una teorizzazione sistematica fu data da Edward Louis Bernays nei saggi *Crystallizing Public Opinion* (1923) e *Propaganda* (1928), in cui definì un insieme di strategie comunicative, utilizzabili da gruppi o da singoli soggetti, finalizzate alla persuasione manipolativa attraverso la diffusione di messaggi mirati, che mirano ad innescare uno o più bias cognitivi nell'audience. Esempi di strategie utilizzate dai propagandisti sono:

- a) il *ricorso alla paura*: instillare paure vere o presunte nel pubblico, ad esempio con frasi del tipo: "Se vincono loro aumenteranno le tasse!";
- b) il *ricorso all'autorità*: far sostenere una posizione, anche priva di basi fattuali, da un soggetto comunemente ritenuto un'autorità in materia, es. "Il famoso esperto ... ha detto che il riscaldamento globale è una grossa bufala, quindi perché dovremmo preoccuparci?";
- c) l'*effetto gregge*: persuadere il pubblico a prendere una certa strada perché tutti lo stanno facendo, es. "Ormai siamo il primo partito! La vittoria è inevitabile!";
- d) l'*ottenere disapprovazione*: portare il pubblico a disapprovare un'idea o un'azione perché questa è popolare in gruppi odiati, temuti o tenuti in scarsa considerazione dal pubblico di riferimento, es. "Io non faccio queste cose perché le fanno 'i politici di professione!";
- e) le *banalità scintillanti*: slogan, frasi semplici e banali con un'intensa carica emotiva, ripetute ad nauseam fino a sembrare fondate, che consentono al pubblico di costruirsi delle opinioni apparentemente sensate senza dover impegnarsi in lunghi e faticosi ragionamenti, es. "L'euro è la causa di tutti i nostri problemi!";
- f) la *razionalizzazione*: trovare ragioni plausibili per giustificare azioni discutibili, es. "È vero, abbiamo fatto una guerra senza avere le prove di una reale minaccia, ma credevamo che loro stessero per utilizzare la bomba ...";
- g) la *vaghezza intenzionale*: frasi volutamente vaghe e ambigue, dette per fare in

modo che gli ascoltatori possano assegnare il significato per loro più favorevole, es. “I soldi ci sono, è che non si vogliono trovare!”;

h) il *transfer*: proiettare qualità positive o negative di un soggetto ad un altro, per rendere quest’ultimo più accettabile o per screditarlo, es. “Lui è come Hitler!”;

i) l’*ipersemplificazione*: fornire risposte semplici a problemi che richiederebbero analisi complesse, es. “Che ci vuole a tagliare le spese militari?”;

l) l’*approccio dell’uomo comune*: il propagandista si pone come espressione della “gente” e come portatore del senso comune, visto come valore positivo assoluto, es. “La gente, quella vera, nelle strade e nelle piazze, la pensa proprio come me!”;

m) la *testimonianza*: citazioni pertinenti o non pertinenti allo scopo di supportare un’azione, una politica, un programma, allo scopo di fare in modo che il pubblico riconosca le posizioni del propagandista come se fossero sue, es. “Una casalinga di Voghera mi ha detto che ... ed è proprio quello che penso anch’io!”;

n) la *stereotipizzazione/etichettatura*: il ricorso a rappresentazioni semplificate allo scopo di far sorgere pregiudizi, positivi o negativi, verso l’oggetto della campagna propagandistica, es. “Loro sono il ‘partito delle tasse!’”;

o) l’*individuazione del capro espiatorio*: attribuire ad un oggetto, un individuo, un gruppo, la responsabilità di una situazione negativa e distogliendo l’attenzione dalle vere cause del problema, es. “La colpa è tutta dell’Europa!”;

p) le *parole virtuose*: termini usati nel discorso che tendono a produrre un’immagine positiva e rassicurante di un oggetto, un individuo, un gruppo, es. “Con me avrete pace, felicità, sicurezza, libertà, rispetto dei valori della famiglia!”;

q) la *scelta obbligata*: il presentare solo due alternative, tra cui il soggetto è obbligato a scegliere, ignorando tutte le altre, es. “Chi non è con noi è contro di noi!”;

r) le *mezze verità*: usare solo una parte dei fatti per sostenere le proprie posizioni, ignorando volutamente altri fatti che le renderebbero infondate, es. “Durante il loro Governo la spesa pubblica è cresciuta!”.

## 2. La propaganda nell’interazione uno-a-uno

A queste strategie pensate per la comunicazione di massa (uno-a-molti), nei dibattiti pubblici si affiancano specifiche tattiche manipolatorie pensate per la comunicazione uno-a-uno e basate su numerose tipologie di fallacie nel ragionamento, tra le quali (Richardson, Smith, Meaden, 2012):

1) l’*argomento-fantoccio*: il rappresentare scorrettamente l’argomentazione dell’avversario, travisandola e mettendogli in bocca parole che non ha detto, es. “Lei ha detto di voler abbassare le tasse, mi stupisce molto che Lei odi così tanto il nostro Paese da voler tagliare la spesa per sanità ed istruzione...”;

2) la *giustificazione post hoc*: il prendere per causa di un fatto accaduto un qualsiasi altro fatto accaduto precedentemente, a prescindere se sia realmente correlato o no, es. “Grazie alle politiche del nostro Governo, il tasso di disoccupazione è sensibilmente diminuito!” (potrebbe essere diminuito per altri fattori, non necessariamente legati alle politiche in questione...);

3) il *pendio scivoloso*: il sostenere, arbitrariamente, che se avviene il fatto A accadrà anche il fatto B, quindi bisogna fare di tutto per far sì che A non accada, es. “Se autorizziamo le unioni gay, allora poi dovremo anche consentire loro di adottare figli!”;

- 4) l'*argomento ad hominem*: lo screditare l'affermazione di un interlocutore attaccando non l'affermazione, ma l'interlocutore come persona, es. "Parla Lei di legalità, che ha preso un sacco di multe per divieto di sosta!";
- 5) la *supplica speciale*: il cambiare il senso a quanto è stato detto quando viene dimostrato che l'oratore ha detto qualcosa di palesemente inopportuno, es. "È vero io ho detto che bisognava sparare ai migranti che arrivavano sui barconi, ma avete travisato le mie parole, io stavo parlando in senso metaforico...";
- 6) le *domande accusatorie*: il porre all'interlocutore domande che oltre alla domanda stessa portano in sé un'affermazione implicita, tesa a mettere a disagio l'interlocutore, es. "Lei va ancora alle manifestazioni di quel gruppo di estremisti?";
- 7) la *fallacia del giocatore d'azzardo*: il far credere che eventi indipendenti siano legati tra di loro e ricavarne previsioni, ovviamente senza fondamento scientifico, es. "Abbiamo avuto sette anni di crisi, la probabilità dice che il prossimo anno dovrebbe esserci la ripresa!";
- 8) l'*effetto carrozzone*: il prendere per buona una tesi solo perché è sostenuta da un gran numero di persone, es. "Andiamo, suvvia! Lo sanno tutti che le carceri sono piene di extracomunitari!";
- 9) il *falso dilemma*: il far credere all'interlocutore che vi siano solo due alternative secche, senza altre possibilità, es. "Insomma, poche storie: o si dissociano dai terroristi o sono loro complici!";
- 10) la *petizione di principio*: il dimostrare la verità di un'affermazione dando per scontato che l'affermazione stessa sia vera, es. "Il nostro Paese ama la pace ed è quindi sinceramente disponibile ad aprire trattative di pace solo con coloro che avranno dato prova della stessa volontà smettendo di fargli la guerra" (nel frattempo, il nostro Paese continuerà la guerra...);
- 11) l'*appello ad una falsa autorità*: il dimostrare la bontà di una tesi appellandosi al pensiero di un'autorità che però non ha specifica competenza in materia, es. "Abbiamo pensato di abolire i compiti delle vacanze perché il noto pediatra ... dice che sono dannosi per i bambini!" (l'opinione di un pediatra non dovrebbe essere quella più autorevole nel ragionare sull'opportunità di assegnare i compiti a casa...);
- 12) l'*appello alla natura*: il dimostrare la bontà di una tesi appellandosi al fatto che essa è "naturale", in senso fisico o figurato, es. "L'unione naturale è quella tra un uomo e una donna!";
- 13) la *composizionedivisione*: il ritenere che ciò che è valido per una parte sia valido per il tutto (composizione) o che, viceversa, ciò che è valido per un intero sia valido anche per le sue componenti (divisione), es. "Io conosco solo extracomunitari onesti!" (quindi sono tutti onesti: composizione) oppure "I politici sono tutti uguali!" (quindi anche i nuovi politici, in quanto politici, dovrebbero avere le stesse caratteristiche dei vecchi).
- 14) gli *aneddoti personali*: il citare elementi della propria esperienza personale per confutare una tesi scientifica, per indebolire le statistiche o per convincere che in fondo anche gli "esperti" sbagliano, es. "Quanto clamore con questa storia del fumo! Mio nonno fumava 20 sigarette al giorno ed è vissuto fino a 97 anni!";
- 15) l'*appello emotivo*: l'avvalorare la propria tesi facendo leva sui sentimenti e sulle emozioni dell'interlocutore, più che su ragionamenti validi, es. "Prima di dire



queste cose, pensi a tutti quei poveri bambini che muoiono sotto le bombe!”.

16) la *fallacia fallace*: il sostenere che la tesi dell'avversario è falsa solo perché questi l'ha supportata con argomentazioni fallaci (l'affermazione potrebbe anche essere vera, così come un'affermazione presentata in modo logicamente corretto potrebbe anche essere falsa), es. “Ecco! Lei non mi ha ancora dato una buona ragione per dimostrarmi che dovremmo rimanere nell'euro. Allora avevo ragione io a dire che uscire dall'euro è una buona idea!”;

17) il *rispondere alla critica con la critica*: il non rispondere “nel merito” alla critica fatta dall'avversario, ma criticarlo a sua volta per sviare l'attenzione, secondo la logica del “Ah io sarei così? Anche tu!”, es. “Lei mi chiede cosa abbiamo fatto noi per la sicurezza dei cittadini? Ditemi invece cosa avete fatto voi! Eh, voi cosa avete fatto?”;

18) l'*incredulità personale*: il rispondere ad un'argomentazione complessa dicendo che è incomprensibile, quindi difficile a credersi, e perciò non può essere vera, es. “Tutti questi professoroni ci presentano i loro modelli matematici incomprensibili. A me non interessano, io so solo che la gente non arriva a fine mese e quindi ...”;

19) l'*onere della prova a chi deve smentire*: il sostenere che l'onere della prova non spetta a chi sostiene una tesi ma a chi la deve smentire, per cui qualsiasi affermazione che risulti difficile da provare diventa in qualche modo “vera”, es. “Non mi hanno lasciato governare! Se mi avessero lasciato governare avrei potuto mantenere tutte le promesse!”;

20) l'*uso equivoco dei termini*: l'utilizzare termini dal molteplice significato che generano errore, incertezza, ambiguità sintattica o semantica (anfibia), che consentono quindi di manipolare i significati a proprio piacimento, es. “Restituiamo le tasse ai cittadini!” (cosa si deve intendere con tale frase? L'abbassamento delle imposte dirette? Di quelle indirette? La restituzione sotto forma di servizi?);

21) il *riferimento alla “purezza”*: il deviare il focus del discorso accusando l'interlocutore di non essere parte del “gruppo di riferimento” a cui l'interlocutore stesso dichiara di afferire, es. “Se Lei pensa queste cose, Lei non può essere di sinistra!”;

22) la *fallacia genetica*: il delegittimare un'argomentazione perché questa viene da una fonte ritenuta inaffidabile per definizione, es. “Mi accusano di corruzione? Andate a vedere chi mi accusa! Sono i giornali di quella parte politica!” (quindi l'accusa è inaffidabile a prescindere dall'argomentazione);

23) il *cecchino del Texas*: lo scegliere arbitrariamente solo i dati che avvalorano un certo modello, ignorando tutti gli altri, per costruire una tesi intorno ad esso (il nome viene dalla storiella del pistolero texano che sparava colpi a caso su un capanno, per poi disegnare attorno ai fori di proiettile un bersaglio e dimostrare la propria abilità...), es. “Vedete? Quell'imposta l'abbiamo cancellata! È la prova che il nostro Governo ha abbassato le tasse!” (anche se tutte le altre sono cresciute);

24) la *terra di mezzo*: il sostenere che un compromesso, o un punto equidistante tra due estremi, sia necessariamente la verità (non è detto che la verità sia sempre nel mezzo...), es. “I politici hanno dimostrato di essere tutti disonesti! Noi siamo equidistanti da tutti i politici, quindi siamo onesti!”.

Come è possibile notare, principi della propaganda e fallacie nella discussione

uno-a-uno (che diventa essa stessa strumento di propaganda quando viene perpetrata nei dibattiti pubblici, soprattutto politici) possono dare luogo a diverse strategie combinate, quali ad esempio:

- 1) la *reductio ad Hitlerum*: lo screditare l'affermazione di un interlocutore comparandolo ad un personaggio che non gode di buona fama (non necessariamente Adolf Hitler), es. "Questa cosa la diceva la Thatcher, che ha quadruplicato il tasso di disoccupazione nel Regno Unito!" (quindi, qualunque sia la cosa in discussione è sbagliata, a prescindere se sia realmente correlata all'aumento del tasso di disoccupazione o no...). Da notare che lo stesso meccanismo vale anche al contrario, es. "Il collega politico ... è un onesto! Quindi metterà in atto delle buone politiche economiche" (non c'è nulla che ci dimostri che le due qualità siano correlate...);
- 2) l'*ignoratio elenchi* (conclusione irrilevante): il presentare un'argomentazione di per sé valida, ma fuori tema rispetto a ciò che si intende dimostrare, es. "L'euro ci ha impoveriti tutti quanti, perché ha reso meno conveniente per gli stranieri acquistare prodotti italiani! Quindi se vogliamo che gli italiani stiano meglio la soluzione è uscire dall'euro!" (l'argomentazione dovrebbe essere orientata a dimostrare che l'uscita dall'euro farebbe effettivamente stare meglio gli italiani, non semplicemente riferire, anche correttamente, cosa è successo in precedenza);
- 3) l'*argomento ad judicium*: l'affermare che una tesi è corretta perché è sostenuta da un gran numero di persone, es. "Il ... per cento degli italiani ci ha votato, quindi abbiamo ragione.";
- 4) l'*evidenza soppressa*: l'affermare una tesi tenendo una premessa nascosta. Senza quella premessa la tesi appare vera, ma se le informazioni contenute nella premessa emergessero, la invaliderebbero automaticamente, es. "Queste politiche del lavoro hanno già funzionato con successo nel Regno Unito!" (ma abbinare ad un differente sistema di welfare che l'oratore non cita...).

### 3. Difendersi dalla propaganda

Gli esempi citati vi faranno sicuramente venire in mente discorsi già sentiti da amici, venditori, pubblicitari, politici, intellettuali, "guru" mediatici. Le strategie di "manipolazione consapevole e intelligente delle opinioni e delle abitudini delle masse" (così le chiama lo stesso Bernays) sono state ampiamente studiate ed utilizzate, da anni, da soggetti che hanno come obiettivo l'acquisire consenso per le proprie idee.

L'elemento da notare è che tutte le strategie elencate non possono reggere ad un interlocutore dotato di senso critico e di prontezza nel replicare al propagandista con forme di controllo: a) sul piano logico-formale (come nel caso della giustificazione post hoc di un fatto con un fatto che logicamente non è ad esso correlato); b) sul piano empirico, raccogliendo opportuni dati fattuali che smascherino il propagandista. Il problema è che, mentre il controllo logico-formale può essere immediato, quello empirico richiede tempo per cercare i dati, valutarli e utilizzarli nella risposta. Per questo un propagandista organizzato uscirà quasi sempre vincitore nei dibattiti televisivi fondati su dialoghi brevi, dato che comunque il suo obiettivo (solleticare l'attenzione del pubblico facendo leva sui bias cognitivi umani) l'avrà raggiunto.

## Riferimenti bibliografici

Bernays E. L. (1923). *Crystallizing Public Opinion*. New York: Liveright Publishing Corporation, [http://servv89pn0aj.sn.sourcedns.com/-gbpprorg/obama/Crystallizing\\_Public\\_Opinion\\_Bernays..pdf](http://servv89pn0aj.sn.sourcedns.com/-gbpprorg/obama/Crystallizing_Public_Opinion_Bernays..pdf)

Bernays E. L. (1928). *Propaganda*. New York: Horace Liveright, [http://www.voltairenet.org/IMG/pdf/Bernays\\_Propaganda\\_in\\_english\\_.pdf](http://www.voltairenet.org/IMG/pdf/Bernays_Propaganda_in_english_.pdf)

Khaldarova Grigor, I. & Pantti, M. (2016). Fake News: The narrative battle over the Ukrainian conflict. *Journalism Practice*. 10. 1-11.

Richardson, J., Smith, A., Meaden, S. (2012). *Thou Shalt Not Commit Logical Fallacies*. <https://yourlogicalfallacyis.com>

### ■ Traccia per l'attività in classe

1. Chiedete agli studenti se nelle loro esperienze di fruizione mediale hanno incontrato personaggi pubblici che utilizzano il linguaggio propagandistico descritto precedentemente. Chiedete loro di descrivere questi personaggi e gli intenti che li guidano nell'uso di quel linguaggio.

2. Proponete agli studenti, a coppie o a gruppi di tre, un articolo di quotidiano riportante brani di un discorso di un personaggio pubblico (politico, imprenditore, uomo di spettacolo, influencer, etc.) e chiedete agli studenti di individuare le affermazioni che rientrano nelle categorie viste precedentemente di propaganda nella comunicazione uno-a-uno e uno-a-molti. Chiedete poi di condividerle con la classe e di discuterle. Quali sono gli intenti persuasivi dietro quelle affermazioni? Cosa sta cercando di far fare il personaggio al pubblico che lo ascolta?

3. Chiedete agli studenti, a coppie o a gruppi di tre, di scrivere un articolo di quotidiano a fini propagandistici, allo scopo di far passare un messaggio che loro stessi hanno scelto e/o di convincere i lettori a fare una determinata cosa. Per farlo possono partire leggendo esempi di articoli esistenti e ispirarsi agli esempi visti precedentemente. Chiedete poi di leggere il loro articolo alla classe in modo che i compagni possano individuare in ciascuno di essi punti di forza e punti di debolezza.

---

## Scheda

---

### La guerra cognitiva

di Roberto Trincherò

Docente ordinario di Pedagogia sperimentale presso l'Università degli studi di Torino

#### ■ Scheda didattica

Si definisce *guerra cognitiva* una forma di conflitto organizzato in cui soggetti o gruppi differenti si confrontano sul piano della capacità di produrre, mettere in relazione ed eludere elementi di conoscenza in un contesto conflittuale (Gagliano, 2012, 2013, 2015). La guerra cognitiva mira a costruire e rendere stabili rappresentazioni mentali generalizzate, ossia idee e modi di pensare diffusi nell'opinione pubblica che orientano emozioni, atteggiamenti, ragionamenti, scelte e comportamenti dei soggetti. Tale concetto è simile a quello di *guerra dell'informazione* (*information warfare*), anche se denota uno spettro più ampio di significato perché non abbraccia solo conflitti tra Stati, ma anche tra gruppi di interesse.

#### 1. La mente del pubblico come campo di battaglia

Nella guerra cognitiva l'obiettivo primario dei belligeranti non è quello di occupare territori ma di *occupare la mente* dei soggetti, allo scopo di averne un controllo, inducendo rappresentazioni della realtà che portano a particolari atteggiamenti, scelte, comportamenti. Concetto base della guerra cognitiva è che in uno scontro tra fazioni contrapposte non si vince solo con l'uso della forza (altrimenti il forte vincerebbe sempre contro il debole...), ma anche grazie alla capacità di *utilizzo più intelligente della conoscenza* (come nel conflitto tra Davide e Golia).

Proprio per questo, la guerra cognitiva si serve dell'apporto di numerose discipline che studiano i processi conoscitivi e comunicativi (pedagogia, psicologia, sociologia, antropologia, semiotica, tecnologia, informatica, ...).

Attori della guerra cognitiva possono essere istituzioni (es. governi, agenzie governative, servizi di intelligence), imprese, gruppi di interesse, singoli cittadini, i quali entrano in conflitto con altre istituzioni, imprese, gruppi di interesse, singoli cittadini, su un terreno di scontro che è quello della pubblica opinione.

Una tipica azione di guerra cognitiva può riguardare ad esempio (Harbulot, Moynet, Lucas, 2002) l'individuare una serie di fatti oggettivi in grado di gettare cattiva luce su un'azienda concorrente (es. illeciti più o meno gravi, collusioni con personaggi o organizzazioni discutibili, comportamenti non deontologici, azioni contrarie al senso morale del cittadino medio, ecc.) e diffonderli al momento giusto con l'uso dei media (mal-informazione), in svariate forme, anche servendosi di soggetti terzi, realmente o apparentemente indipendenti (es. giornalisti, scienziati, magistrati, Ong, ...) più o meno consapevoli di essere strumenti di attacco cognitivo. Scopo di tale attacco è quello di destabilizzare intenzionalmente il bersaglio. Esso avviene quindi in tempi non casuali, allo scopo di minare l'immagine del bersaglio stesso in momenti chiave (es. elezioni o referendum, nomina di un soggetto a leader politico o a una carica istituzionale, quotazione in borsa di un'azienda,

difficoltà economiche della stessa o tentativo di acquisto da parte di concorrenti, ecc.), alimentando una polemica pertinente (perché basata su fatti oggettivi) e prolungata sui media. Gli attaccanti si limitano alla raccolta preliminare di informazioni (che può durare anni) e all'attivazione della polemica, che una volta innescata può procedere da sola grazie alle dinamiche che guidano la diffusione dell'informazione (fonti che riprendono altre fonti, commenti, contrattacchi, ecc.). Più la polemica è fondata su basi oggettive, meno è facile dimostrare che sia l'esito di un attacco cognitivo. Anche laddove queste basi oggettive non esistano o siano ambigue o risibili, la polemica innescata e amplificata dai media porta un danno di immagine immediato all'avversario, che può anche essere prolungato nel tempo a causa dei tempi necessari ad effettuare le indagini del caso per stabilire se un dolo vi sia effettivamente stato.

## 2. Strategie e modalità di guerra cognitiva

La guerra cognitiva si serve di numerose strategie, spesso utilizzate in modo coordinato:

- a) la *pubblicità denigratoria*, ossia il diffondere messaggi il cui scopo esplicito non è informare o persuadere della bontà del proprio prodotto ma mettere in cattiva luce il prodotto concorrente;
- b) la *deception* (letteralmente inganno), ossia il nascondere i fatti realmente accaduti attraverso depistaggi sistematici per sostituirli con un narrazione ad hoc;
- c) la *dis-informazione* e la *mal-informazione*, ossia il diffondere notizie infondate (nel primo caso) o vere (nel secondo caso) in un momento preciso, al fine di danneggiare l'immagine pubblica di un avversario o di influenzarne le scelte;
- d) l'*intossicazione*, ossia il fornire all'avversario informazioni sbagliate allo scopo di fargli prendere decisioni errate;
- e) la *propaganda*, ossia l'esercitare un'attività di persuasione coordinata e sistematica allo scopo di convincere il maggior numero possibile di persone della bontà di idee, ideologie o prodotti e della malvagità di idee, ideologie e prodotti concorrenti.

L'idea della guerra cognitiva non è ovviamente nuova. Sun Tzu, Churchill, Hitler, Stalin, Mao, e molti altri, avevano già capito l'importanza di utilizzare consapevolmente l'informazione allo scopo di manipolare alleati e nemici. Vi sono però due differenze sostanziali che caratterizzano la nostra epoca.

La prima fa riferimento all'epurazione del concetto di "violenza fisica" dal concetto di "guerra". La cultura occidentale della nostra epoca ha – giustamente – stigmatizzato il concetto di "violenza fisica", ripudiando quindi anche la guerra tradizionale, che vi fa necessariamente ricorso. La guerra cognitiva non si serve della violenza fisica quindi spesso non viene percepita come "guerra" in senso stretto, ma come denuncia di malcostume e "scoperta della verità".

Una guerra cognitiva è "giusta" o "sbagliata" solo in relazione ai principi etici di chi la giudica, non in relazione a principi culturali condivisi. Fare una campagna sui media tesa a rendere pubbliche informazioni sulla vita privata di un avversario politico, ad esempio, è a tutti gli effetti un atto di guerra (cognitiva) contro quella persona, e tale atto potrebbe essere eticamente accettabile sia per chi non condivide le idee di quel politico sia per chi le condivide.

Usare la violenza fisica contro quel politico sarebbe invece eticamente inaccettabile per chiunque. Da qui la percezione che la guerra cognitiva, solo perché non fa ricorso alla violenza, non sia una guerra a tutti gli effetti.

La seconda fa riferimento al fatto che la guerra cognitiva è ovviamente possibile solo se si ha accesso come pubblicatori ai mezzi di informazione.

In passato questo accesso era limitato alle istituzioni o ai grandi gruppi di pressione. Con l'avvento di Internet e soprattutto dei social network (informazione con diffusione istantanea e tempo di reazione praticamente nullo), tutti possono diventare pubblicatori, quindi, tutti possono dichiarare guerre cognitive a tutti: potenzialmente siamo tutti soggetti al rischio di (*cyber*)*bellum omnium contra omnes*. Diffamazione sui social network, diffusione di dati privati, uso di dati e prodotti dell'ingegno altrui come se fossero propri, *stalking* e *cyberbullismo* possono assumere la forma di piccole guerre cognitive. Singoli soggetti possono screditare personaggi celebri pubblicando foto, video (anche *deepfake*), lettere, intercettazioni inerenti la loro sfera privata, attaccandoli quindi con le armi della disinformazione, della malinformazione e della propaganda e rischiando tutto sommato molto poco rispetto al danno potenziale che possono arrecare.

Sorte analoga può toccare a giovani bersagliati da cyberbulli sui social network: pubblicare sistematicamente sui social offese, insulti, commenti derisori, fotografie e filmati tesi a mettere in ridicolo un compagno di classe significa dichiarare guerra cognitiva a quel compagno, gettando cattiva luce su di lui e portandolo all'esclusione dal gruppo. Anche imprese, borse e governi non ne sono immuni: gruppi organizzati di poche decine di persone con un vasto seguito di followers (i cosiddetti *influencer*) possono lanciare attacchi mediatici di risonanza mondiale e farli traballare o comunque metterli in cattiva luce. Gli utenti di social network e di app di messaggia istantanea possono diventare, più o meno consapevolmente, ingranaggi della "macchina della micro-propaganda" ossia diffusori virali di messaggi volti a modificare le opinioni delle persone su una data azienda, prodotto o personaggio politico, suscitando in loro reazioni emotive immediate e un conseguente calo di popolarità e consenso, che si traduce in minori guadagni per le aziende e prestigio per i politici. L'aumento dell'informazione disponibile anche grazie a sistemi diffusi di rilevazione (smartphone, telecamere stradali, tracciabilità di dispositivi di comunicazione mobile e carte di credito, intercettazioni, hacking di siti web, ecc.) offre poi ai cyberbelligeranti una messe di materiale su cui lavorare e i mezzi di comunicazione istantanea gli strumenti per rendere virali i messaggi.

### **3. Difendersi dalla guerra cognitiva**

Oltre che straordinario veicolo di opportunità, le tecnologie comunicative possono quindi anche essere straordinario veicolo di conflittualità, e di questo ogni buon cittadino dovrebbe essere consapevole. Gli effetti del conflitto generalizzato sono tutt'altro che trascurabili. Nelle democrazie la costruzione di rappresentazioni mentali generalizzate nell'opinione pubblica è particolarmente importante, dato che può spostare voti preziosi per far vincere o far perdere le elezioni all'una o all'altra parte politica, e la novità è che non è più necessario il controllo dei mezzi di informazione tradizionale (stampa, tv) per poterlo fare, dato che chiunque può

diventare grazie ai social network un opinion maker più o meno seguito o lanciare attacchi cognitivi in Rete che la Rete stessa amplificherà e reificherà.

L'acquisizione di consapevolezza delle possibilità associate alla guerra cognitiva ha già avviato una profonda rivoluzione culturale.

A livello di singoli Stati (e di organizzazioni internazionali preposte alla difesa, quali la Nato), è sempre più chiaro che l'informazione è un'arma a tutti gli effetti e come tale va integrata nella strategia di difesa nazionale (Gagliano, 2012, 2013, 2015), anche attraverso azioni mirate di *perception management*, ossia costruzione dell'immagine desiderata dello Stato nell'opinione pubblica mondiale.

A livello aziendale, la guerra cognitiva è stata inglobata nel più ampio contenitore di *guerra economica* tra imprese (Denécé, 2001), e definita come scontro tra diverse capacità di ottenere, produrre e/o ostacolare determinate conoscenze.

A livello di dibattito politico assistiamo quotidianamente, da anni, a fuochi incrociati di delegittimazione degli avversari sulla base di "evidenze" riguardanti vita privata, frequentazioni, comportamenti passati, azioni perpetuate da amici e familiari. A livello sociale, una delle più grosse paure di adolescenti e giovani è quella di essere screditati o messi in cattiva luce sul mondo della Rete: "Cosa succederà se digitando il mio nome su un motore di ricerca appaiono informazioni che mi fanno fare una figuraccia?" si chiedono in molti; per loro essere messi al bando sul Web è peggio che essere messi al bando nel mondo "fisico", perché ormai la vita nel Web è la vita reale.

#### Riferimenti bibliografici

Denécé E. (2001), *Le nouveau contexte des échanges et ses règles cachées. Information, stratégie et guerre économique*, Paris, L'Harmattan.

Gagliano G. (2012), *Guerra psicologica. Saggio sulle moderne tecniche militari di guerra cognitiva e di disinformazione*, Roma, Fuoco Edizioni.

Gagliano G. (2013), *Guerra Economica e Intelligence. Il contributo della riflessione strategica francese*, Roma, Fuoco Edizioni.

Gagliano G. (2015), *Aspetti della guerra dell'informazione*, in Rivista Capitale Intellettuale, 2/2015.

Harbulot C., Moinet N., Lucas D. (2002), *La guerre cognitive: A la recherche de la suprématie stratégique*, VIème Forum intelligence économique de l'Association Aéronautique et Astronautique Française, Menton, 25 septembre 2002, <http://www.infoguerre.fr/fichiers/3AF25092002.pdf>.

#### ■ Traccia per l'attività in classe

1. Chiedete agli studenti di descrivere esperienze di guerra cognitiva con cui sono venuti in contatto. La guerra cognitiva può riguardare Stati, aziende, personaggi o loro stessi, se hanno vissuto esperienze in cui si sono sentiti "attaccati" sistematicamente sui social da qualcuno che ha dichiarato loro "guerra".
2. Proponete agli allievi, a coppie o a gruppi di tre, di leggere un articolo di un quotidiano riguardante episodi di guerra cognitiva e di rispondere alle seguenti

domande: a) Chi è l'attaccante? b) Come si è svolto l'attacco? c) Chi è l'agredito?  
d) Come si è difeso dall'attacco? Chiedete poi di condividere le risposte date con  
l'intera classe e di trovare similarità e differenze.

3. Chiedete agli allievi di cercare articoli di quotidiani affidabili e descrivere una  
guerra cognitiva in corso, documentandone le origini, lo sviluppo e l'andamento.





### Intelligenze artificiali

di Roberto Trincherò

Docente ordinario di Pedagogia sperimentale presso l'Università degli studi di Torino

#### ■ Scheda didattica

In uno scenario caratterizzato da rischi di manipolazione informativa legati alle fake news, alla propaganda, alla guerra cognitiva, un amplificatore di rischio è dato dalle intelligenze artificiali. Il desiderio umano di creare una macchina in grado di imitarne, in modo non solo meccanico, modi di pensare e comportamenti risale anche qui alla notte dei tempi. La nascita ufficiale del termine “intelligenza artificiale” (IA) è da far risalire alla proposta di John McCarthy, Marvin Minsky, Nathan Rochester e Claude Shannon del 31 agosto 1955 di istituire, per l'estate del 1956, un seminario estivo di 2 mesi presso il Dartmouth College di Hanover nel New Hampshire durante il quale gettare le basi programmatiche di una nuova disciplina (McCarthy et al. 2006), che “dovrà studiare ogni aspetto dell'apprendimento o qualsiasi altra caratteristica dell'intelligenza in modo da descriverli così precisamente da poter costruire una macchina che li simuli”.

Secondo la definizione data dall'UE<sup>1</sup>, l'intelligenza artificiale è l'abilità di una macchina di mostrare capacità umane quali il ragionamento, l'apprendimento, la pianificazione e la creatività. Attraverso questa abilità i sistemi informatici possono “capire” autonomamente il proprio ambiente, mettersi in relazione con ciò che viene percepito e risolvere problemi agendo verso un obiettivo specifico, adattando il loro comportamento sulla base dell'analisi degli effetti delle azioni precedenti.

#### 1. Machine Learning e costruzione degli interessi degli utenti

Nello sviluppo dell'intelligenza artificiale è importante il concetto di *machine learning*. La macchina può acquisire “intelligenza” interagendo con l'ambiente (si pensi ad esempio ad un computer connesso in Rete che ha accesso a basi di dati da cui trarre informazione e costruire modelli decisionali e di comportamento) oppure interagendo con un “addestratore” umano, che fornisce alla macchina l'input e il corrispondente output. In entrambi i casi, il modo con cui la macchina apprende è fondamentale, perché modalità efficaci di apprendimento porteranno la macchina a sviluppare basi di conoscenza più ampie e potenti. Approcci di machine learning sono ad esempio utilizzati quando i dispositivi con cui interagiamo “imparano” i nostri gusti e interessi tracciando le pagine che visitiamo e i termini che cerchiamo con i motori di ricerca e cercano di proporci le pagine che ci possono interessare di più in base ai nostri gusti ricostruiti dalla macchina. Grazie al machine learning, la macchina può:

a) creare modelli di azione umana elaborando le enormi basi di dati che tracciano le nostre interazioni in Rete (profilazione);

---

1 <https://digital-strategy.ec.europa.eu/it/node/2226>

b) fidelizzare gli utenti di un sito o di un social proponendo loro i contenuti che interessano e rimodulando l'offerta sulla base della profilazione che è stata fatta della persona che sta navigando (offrire il prodotto giusto, alla persona giusta, al momento giusto, al prezzo giusto, nei modi giusti);

c) aiutare gli utenti a capire cosa gli serve e/o cosa vogliono, quando si accostano alla navigazione con le idee non così chiare. Il terzo elemento ci fa intuire i rischi di quest'approccio: se è la macchina a propormi i contenuti che sa che mi interessano e non sono stimolato a cercarli personalmente, chi mi dice che la macchina mi proponga davvero contenuti che incontrano i miei interessi preesistenti (che possono anche cambiare nel tempo) o *non sia invece la macchina stessa a costruire i miei interessi*, proponendomi contenuti secondo un'intenzionalità precisa che all'inizio mi interessano poco, ma con il passar del tempo *diventano* i miei interessi? L'interazione con algoritmi nasconde quindi in sé un rischio manipolatorio, dove l'azione manipolativa non è da attribuire alla macchina ma a chi l'ha programmata in quel modo.

Un rischio ulteriore deriva dalle basi di dati con cui viene effettuato l'addestramento. Se i dati sono generati da umani risentiranno di tutti i bias cognitivi umani, che possono portare a narrazioni e descrizioni ricche di stereotipi e pregiudizi. Addestrata con quei dati, la macchina acquisirà gli stessi bias e le sue risposte agli stimoli risentiranno di questi.

## **2. L'intelligenza artificiale generativa e la costruzione automatizzata di fake**

Gli algoritmi di machine learning possono configurare un tipo di IA *riproduttiva*, ossia che li usa per compiere operazioni routinarie, i cui processi ed esiti hanno un alto grado di prevedibilità, oppure *generativa*, dove è la macchina stessa a inventarsi delle euristiche che le consentono di agire in un certo modo.

In questo caso la macchina può generare, con un buon livello di autonomia e verosimiglianza, immagini, testi contenenti ragionamenti anche apparentemente complessi, video, musica, codice di programmazione e qualsiasi altro prodotto si possa associare all'intelletto umano (McKinsey, 2022). Esempi di intelligenze artificiali generative sono:

a) i *chatbot* (es. ChatGPT, Bard, Bing AI Chat), ossia programmi in grado di dialogare in linguaggio naturale con l'utente e di costruire risposte sensate a domande che gli vengono poste combinando in modo sensato informazioni tratte da materiali reperiti in Rete;

b) i programmi che creano immagini a partire da un breve testo descrittivo di input (es. Midjourney, Stable Diffusion e Dall-E);

c) i programmi che convertono input descrittivi testuali in brevi video (es. Make-a-video);

d) i programmi che permettono di generare musica a partire da una breve descrizione testuale (es. MusicLM).

È necessario notare che, come per l'IA riproduttiva, il risultato simula un prodotto creativo umano, ma non ha le stesse caratteristiche.

Per dare una parvenza di "non esecutività", la macchina ricombina i dati utilizzati per addestrarla inserendo anche elementi di aleatorietà, che la fanno sembrare creativa. Grazie a questi elementi casuali, a partire da un numero limitato di vincoli

viene generata una varietà molto alta di risposte e ciò le fa sembrare “creative” e originali.

L'intelligenza percepita nella macchina è quindi una simulazione di intelligenza umana e non un'intelligenza vera a propria, almeno nel significato che convenzionalmente diamo a quel termine. Comunque vengano visti questi programmi, le loro prestazioni danno l'opportunità a chi ha intenti manipolatori di generare un gran numero di “falsi” molto realistici a costo zero, con il rischio di diffusione incontrollata di fake news, propaganda e azioni di guerra cognitiva.

### **3. L'assalto dei bot**

Un bot è un agente software in grado di svolgere delle attività automatizzate e ripetitive in Rete, con una velocità e un'accuratezza molto superiori a quelle di un operatore umano e con un costo nettamente inferiore. Bot basati sull'intelligenza artificiale possono essere utilizzati per costruire e diffondere informazioni false e propagandistiche su web e sui social media, creare commenti e discussioni denigratorie, amplificare informazioni rilanciandole a dismisura sui social (anche allo scopo di oscurarne altre), ingaggiare lunghe discussioni con operatori umani per tenerli impegnati e distoglierli da attività più importanti.

Tutto questo può essere svolto con un altissimo grado di verosimiglianza: l'operatore umano, se poco accorto, ha davvero l'impressione di interagire con un altro essere umano.

Il rischio è che questo sciame di informazioni diffuse dai bot stimoli l'effetto gregge e provochi, negli inconsapevoli umani, reazioni del tipo “se tutti la pensano così, perché non dovrei pensarla così anch'io?”. Il problema è che quei “tutti” non esistono: sono in buona parte delle macchine programmate appositamente per creare consenso e/o dissenso.

Per difendersi da queste forme di manipolazione è necessario utilizzare sistematicamente i principi dello scetticismo attivo, analizzando attentamente i dettagli dell'informazione (testo, immagine, audio, video, ...) e trovare incongruenze e gli indizi che possono far scoprire manipolazioni.

È necessario notare come l'intelligenza artificiale può essere utile nel generare e rilanciare informazioni false, ma può supportare anche gli umani nelle operazioni di controllo, attraverso bot che percorrono la rete a caccia di fake, mediante l'applicazione automatizzata di pattern (ossia modelli) di riconoscimento di false notizie. Questi modelli possono essere generati dal machine learning stesso.

Si profilano quindi scenari di cyberguerra cognitiva in cui umani affiancati da bot combattono altri umani affiancati da bot nello spazio della Rete, contendendosi lo spazio da occupare: le menti del pubblico.

### **4. Intelligenze artificiali, intenzionalità, responsabilità**

Si pone a questo punto un altro problema: il responsabile dei danni compiuti dal Mostro creato dal dottor Frankenstein è il Mostro stesso o il dottor Frankenstein? Fino a che punto un'intelligenza artificiale generativa è dotata di intenzionalità sua propria o è semplicemente un “Golem” del suo creatore?

Se a un programma di intelligenza artificiale viene dato mandato di generare false notizie, costruire false prove, offuscare fonti informative indipendenti che potreb-

bero smentirle, diffondere tutte queste false informazioni in Rete, è ovvio che l'intenzionalità del danno è del programmatore, che è da ritenersi responsabile di ciò che succede. Se però al programma di intelligenza artificiale viene dato mandato di scoprire le fake news esistenti generandone di nuove per capire quali sono le false notizie di fronte alle quali si può trovare e, ad un certo punto, nell'ambito delle possibilità decisionali date dalla sua generatività, il programma si mette a diffondere esso stesso fake news comportandosi, "intenzionalmente", come agente disinformazione, di chi è la responsabilità? Della macchina stessa o di chi l'ha messa in funzione? Allo stesso modo, se un chatbot genera contenuto offensivo, denigratorio o diffamatorio elaborando in modo non trasparente contenuti già presenti in Rete di chi è la colpa? La si può dare al programmatore e lo si può querelare per diffamazione, anche se la diffamazione è l'effetto emergente (quindi non previsto) dell'applicazione di un algoritmo di intelligenza artificiale? Il problema esiste, dal momento che non è facile stabilire a priori chi detenga la capacità decisionale. È il bot a decidere o il programmatore?

## 5. Profili giuridici

A fronte di queste problematiche, che prefigurano tipologie di reati in cui la responsabilità umane e quelle della macchina non sono chiaramente definite, la disciplina giuridica dell'intelligenza artificiale non è al momento (luglio 2023) del tutto definita.

È attualmente in fase di approvazione (giugno 2023) un regolamento dell'Unione Europea (cosiddetto Artificial Intelligence Act, AI Act) che rappresenterebbe la prima normativa al mondo su tale materia<sup>2</sup>.

L'AI Act classifica le applicazioni dell'intelligenza artificiale in quattro livelli di rischio:

- inaccettabile e pertanto vietato, quando costituisce una "*chiara minaccia per la sicurezza, i mezzi di sussistenza e i diritti delle persone*", come l'assegnazione di un 'punteggio social' da parte dei governi e la "*manipolazione comportamentale cognitiva di persone o gruppi vulnerabili specifici, la classificazione sociale e sistemi di identificazione biometrica in tempo reale e a distanza, come il riconoscimento facciale*". Sono dunque vietati pratiche quali il riconoscimento facciale in tempo reale in aree pubbliche, la categorizzazione biometrica e le tecniche subliminali;
- alto, allorché presenta un rischio significativo di danno alla salute, alla sicurezza o ai diritti fondamentali delle persone. Tutti i sistemi di identificazione biometrica remota sono considerati ad alto rischio, per cui sono soggetti a severi requisiti e utilizzabili previa autorizzazione di un organo giudiziario o di altro organo indipendente, con limiti temporali, geografici e relativi alle banche dati consultabili;
- limitato, per i sistemi che non comportano particolari pericoli e per i quali è richiesto solo un numero limitato di requisiti (ad es., trasparenza);

---

2 La proposta della Commissione UE del 21/04/2021 è stata approvata dal Parlamento UE il 14/06/2023, ma necessita ancora dell'approvazione del Consiglio UE, atteso per la fine del 2023.

- minimo, quando è previsto il libero utilizzo (ad es., videogiochi abilitati all'intelligenza artificiale o filtri *antispam*).

È esplicitamente vietato il riconoscimento delle emozioni (in luoghi di lavoro, scuole e da parte delle autorità). In parallelo, sono previste sanzioni pecuniarie per i trasgressori.

La responsabilità, da attribuirsi al fornitore del servizio, si differenzia in base alla tipologia di rischio e al rispetto dei requisiti normativi stabiliti per ciascuno di essi. Occorre precisare che all'intelligenza artificiale si applicano comunque altre norme del diritto europeo<sup>3</sup>, oltre ai principi generali del diritto italiano in materia contrattuale ed extracontrattuale per i danni congegnati ai terzi.

#### Riferimenti bibliografici

McCarthy, J., Minsky, M.L., Rochester, N., Shannon, C.E. (2006). A Proposal for the Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence – August 31, 1955, *AI Magazine*, XXVII (4), 2006, pp. 12-14.

McKinsey & Co. (2022). *The economic potential of generative AI: The next productivity frontier*. <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/the-economic-potential-of-generative-AI-the-next-productivity-frontier#/>

#### ■ Traccia per l'attività in classe

1. Chiedete agli studenti di trovare in Rete prodotti (testi, immagini, audio, video, ...) generati da intelligenze artificiali e di analizzarle. Quali sono le loro caratteristiche? In cosa assomigliano a prodotti umani? In cosa no?

2. Proponete agli studenti un deepfake (o un prodotto generato da un'intelligenza artificiale) e chiedete agli studenti, a coppie o gruppi di tre, di analizzarle e di trovare gli elementi che, secondo loro, fanno capire che è un fake. Chiedete di esporre le loro ragioni alla classe e di confrontare gli elementi trovati da loro con gli elementi trovati dai compagni. È possibile stabilire "regole" per trovare questi elementi? Cosa bisogna andare a vedere per capire quando un prodotto è "umano" o "artificiale"? Quali strategie è possibile utilizzare?

---

<sup>3</sup> Si pensi alle norme sulla responsabilità oggettiva del produttore (Direttiva 85/374/CEE), declinata poi in ulteriori norme (Direttiva 2006/42/CE relativa alle macchine, Reg. UE 2017/745 relativo ai dispositivi medici, Direttiva 2014/32/UE relativa alla messa a disposizione sul mercato di strumenti di misura, Direttiva 2014/53/UE sulle apparecchiature radio), al Reg. UE 2019/881 sulla cybersicurezza e al Reg. UE 2016/679 sulla privacy.



### I rischi legali della comunicazione *online*

di Pier Franco Dagasso

Giurista d'impresa

#### ■ Scheda didattica

Qualunque comportamento umano, in quanto fonte potenzialmente di effetti sulle persone e sulle cose, può essere esaminato da un punto di vista giuridico. Quando degustiamo un caffè in un bar, oltre a concludere un contratto verbale di compravendita, possiamo pagarlo regolarmente o in violazione delle norme in materia fiscale, non pagarlo e scappare (truffa o insolvenza fraudolenta), bevendo urtare accidentalmente un altro cliente, il quale potrebbe macchiarsi l'abito o cadere e fratturarsi una gamba (responsabilità civile con obbligo di risarcimento del danno), scagliare intenzionalmente la tazzina contro il banco del bar (reato di danneggiamento), romperla senza volere (obbligo di risarcimento del danno), infortunarci all'uscita per uno scalino scivoloso, intossicarci perché il caffè è stato fortuitamente alterato dal produttore o dal barista.

Se da azioni così semplici possono derivare tali conseguenze, è evidente che ciò vale anche per le comunicazioni *online*.

Non si vede perché una minaccia o un tentativo di estorsione eseguiti per mezzo di messaggistica istantanea (come *whatsapp*), *social networks* o *e-mail* debbano essere esenti dalle sanzioni previste dall'ordinamento giuridico. Anzi, vi sono reati (come la diffamazione) commessi oggi in prevalenza mediante l'uso di internet, che ne favorisce il compimento permettendo all'autore di massimizzare l'effetto della sua condotta attraverso un – apparente – anonimato e la diffusività dei messaggi, i cui contenuti possono essere ampiamente divulgati oltre la cerchia dei conoscenti.

#### 1. Comportamenti online impropri

Riportiamo un elenco di comportamenti realizzabili, attraverso un uso improprio dei dispositivi di comunicazione *online*, in danno di altre persone:

- *Impersonation*: si finge di essere un'altra persona, al fine di danneggiare la reputazione e le relazioni sociali della vittima. Può avvenire tramite:
  - uso dell'*account* della vittima (per averne ottenute consensualmente le credenziali di accesso o, con appositi programmi, averle individuate);
  - creazione di un'identità fittizia (eventualmente con un nick name) per entrare in contatto con la vittima e ottenere informazioni riservate (da usarsi poi contro di lei);
  - creazione, sui *social networks*, di un profilo apparentemente intestato alla vittima (magari associato a caratteristiche personali negative), allo scopo di raccogliere informazioni su di lei od offendere terzi spacciandosi per la vittima (ad es., messaggi minacciosi ai compagni di classe o ai docenti).
- *Harassment*: molestie ripetute, con le quali si umilia la vittima attraverso messaggi scortesi o insultanti.
- *Cyberstalking*: una forma di *harassment* insistente e intimidatoria, tale da in-



cutere nella vittima paura per la propria incolumità fisica, riscontrabile di solito nell'ambito di relazioni conflittuali con i coetanei o di rapporti sentimentali interrotti. Oltre che nella minaccia di aggressioni fisiche, può concretarsi nella diffusione nella rete di materiale riservato della vittima (fotografie e video intimi, manoscritti personali).

- *Denigration*: insultare o diffamare qualcuno attraverso la condivisione online di menzogne o materiale offensivo, per danneggiarne la reputazione e i rapporti sociali. Può assumere le forme del:
  - *body shaming*: un commento calunnioso sull'aspetto fisico;
  - *trickery*: condividere con altri utenti della rete le informazioni private confidate dalla vittima (carpite con l'inganno, *trick*, o in forma di *outing*, quando i due soggetti erano in rapporti amichevoli), per screditarla di fronte a terzi o minacciare di farlo qualora non conceda vantaggi (economici, comportamentali o sessuali).

Può comportare la manipolazione di parole e immagini, ad es. ritoccando il corpo della vittima per renderla ridicola o protagonista di scene sessualmente esplicite. Coloro che ricevono o visualizzano le fotografie o i videoclip non sono necessariamente vittime (a differenza dell'*harassment* e del *cyberstalking*) ma spettatori, passivi (quando si limitano a guardare) o più spesso attivi (se scaricano il materiale, lo segnalano ad altri o lo commentano).

- *Flaming* (o *trolling*): dibattito connotato da messaggi violenti e volgari (*flame war*), volti a suscitare scontri verbali tra due o più soggetti (su *social networks*, *forum* o *blog*, in *chat* che accompagnano videogiochi interattivi su internet). Spesso trae origine da un messaggio provocatorio (*bait*, esca, poiché la finalità del *flamer* è far "abboccare" altri utenti) pubblicato al fine di suscitare una discussione. Talora precede aggressioni fisiche.
- *Doxing*: diffusione *online* di dati personali e sensibili senza il consenso dell'interessato, allo scopo di ferirlo o metterlo in pericolo (foto imbarazzanti, corrispondenza privata, dati medici o finanziari, precedenti penali).
- *Cyberbashing* o *happy slapping*: diffusione in rete di un video (che gli utenti possono commentare o scaricare) in cui un gruppo di persone maltratta la vittima.
- *Revenge porn*: diffusione non consensuale di immagini intime della vittima.

## 2. Rilevanza penale

Molti di questi comportamenti, che la Polizia Postale è tecnicamente in grado di accertare, sono idonei a configurare un'ampia serie di reati:

- *Diffamazione* (art. 595 c.p.), se viene offesa la reputazione altrui comunicando con più persone, con la previsione di un'aggravante di pena se avviene "col mezzo della stampa o con qualsiasi altro mezzo di pubblicità". Vi rientrano varie forme di *flaming* e *denigration*.
- *Minaccia* (art. 612 c.p.), anche se espressa non verbalmente ma tramite gesti, *sms*, video, *emoji* o se proferita indirettamente da altri soggetti. Tale condotta può essere integrata dal *flaming*.
- *Molestia o disturbo alle persone*, come nel caso delle prese in giro reiterate (art. 660 c.p.). Vi rientra l'*harassment*.

- *Estorsione* (art. 629 c.p.): violenze o minacce, espresse anche attraverso comunicazioni *online*, finalizzate a ottenere dalla vittima denaro o altri beni (il classico “ricatto”). Può essere l’esito di vari comportamenti descritti al par. 1 (ad es., *trickery* o *impersonation*).
- *Atti persecutori* (art. 612 bis c.p.), comunemente noto come *stalking*: una minaccia o molestia perpetrata reiteratamente “*in modo da cagionare un perdurante e grave stato di ansia o di paura nella vittima o da ingenerare un fondato timore per l’incolumità propria o di un congiunto o di una persona cui si è legati da una relazione affettiva ovvero da costringere la vittima ad alterare le proprie abitudini di vita*”. Vi può essere ricondotto il *cyberstalking*.
- *Istigazione o aiuto al suicidio* (art. 580 c.p.): una situazione estrema, cui potrebbero condurre *cyberstalking* o *denigration* (si pensi al *body shaming*).
- *Interferenze illecite nella vita privata* (art. 615 bis c.p.), allorché, con strumenti di ripresa visiva o sonora, ci si procura indebitamente notizie o immagini attinenti alla vita privata che si svolge nell’abitazione altrui, analogamente alla violazione del domicilio. Vi si possono ricondurre *doxing*, *cyberbashing* e *impersonation*.
- *Truffa* (art. 640 c.p.), attuabile anche attraverso i *social networks*, inducendo la vittima a disporre patrimonialmente di moneta reale o elettronica. L’*impersonation*, se mirata a un utile economico, può configurare tale reato.
- *Sostituzione di persona* (art. 494 c.p.): quando si sostituisce la propria all’altrui persona (“furto d’identità”) o si attribuisce a sé o ad altri un falso nome. Vi rientra appieno l’*impersonation*.
- *Accesso abusivo ad un sistema informatico o telematico* (art. 615 ter c.p.), sia in mancanza sia contro la volontà del titolare, e quindi nel caso in cui questi sia stato costretto a cedere le proprie credenziali di accesso. A questo reato sono ascrivibili l’*impersonation*, il *trickery* o il *revenge porn*.
- *Violazione, sottrazione e soppressione di corrispondenza* (art. 616 c.p.). Può verificarsi con *doxing*, *trickery*, *harassment* e *cyberstalking*.
- *Rivelazione del contenuto di corrispondenza* (art. 618 c.p.). Accade spesso con *doxing* e *trickery*.
- *Danneggiamento di sistemi informatici o telematici altrui* (art. 635 bis c.p.): può comportare la cancellazione di dati, informazioni o programmi informatici altrui. Vi si può incorrere nell’ambito di *harassment* o *cyberstalking*.
- *Trattamento illecito dei dati* (art. 167 del codice privacy), configurabile nella pubblicazione dell’altrui immagine su internet o sui *social networks*. Vi possono rientrare forme di *doxing* e *cyberbashing*, oltre che di *denigration*.
- *Diffusione illecita di immagini o video sessualmente espliciti* (art. 612 ter c.p.): si applica non solo a chi, “*dopo averli realizzati o sottratti, invia, consegna, cede, pubblica o diffonde immagini o video a contenuto sessualmente esplicito, destinati a rimanere privati, senza il consenso delle persone rappresentate*”, ma anche “*a chi, avendo ricevuto o comunque acquisito le immagini o i video di cui al primo comma, li invia, consegna, cede, pubblica o diffonde senza il consenso delle persone rappresentate*”, con aumenti di pena nel caso in cui l’autore del reato sia il coniuge o la vittima sia in condizione di inferiorità fisica o psichica. È diretto

a punire con maggiore efficacia il *revenge porn*<sup>1</sup>.

Qualora la condotta comporti la commissione di un ulteriore reato, l'autore sarà punibile per entrambi (è il caso del *cyberbashing*, ove accanto al trattamento illecito dei dati rileva il reato di percosse).

L'ingiuria, prevista dall'abrogato art. 594 c.p., non è più un reato ma un illecito civile punito con una sanzione pecuniaria<sup>2</sup>.

I reati di maggiore gravità (lesioni personali gravi, minaccia grave, violenza privata, molestie) sono procedibili d'ufficio (art. 50 c.p.p.), per cui è sufficiente la denuncia del fatto da parte di chiunque (vittima, accompagnata dai genitori se minore di quattordici anni; insegnanti; dirigenti scolastici) a un organo di polizia o all'autorità giudiziaria per attivare un procedimento penale. Negli altri casi la denuncia deve contenere una querela, ossia la richiesta con cui la parte offesa esprime la volontà che si proceda penalmente contro l'autore del reato (art. 336 c.p.p.), senza la quale l'autorità giudiziaria non potrà procedere svolgendo la necessaria attività investigativa. Qualora l'autore del reato sia un minorenne sarà competente il Tribunale per i minorenni, altrimenti il Tribunale ordinario e a procedere sarà la Procura della Repubblica presso tale Tribunale.

Per il legislatore la minore età esclude o diminuisce l'imputabilità (art. 97 c.p.), per cui il minore di quattordici anni viene prosciolto, ossia non assoggettato a pena, fatta salva la possibilità, qualora sia accertata la sua pericolosità sociale, che il giudice gli applichi la misura di sicurezza del ricovero in riformatorio giudiziario o della libertà vigilata (art. 224 c.p.). Qualora il minore abbia compiuto quattordici anni sarà invece il giudice ad accertare caso per caso se sussiste o meno la capacità di intendere e di volere, e quindi se è imputabile (art. 98 c.p.).

Ovviamente la sussistenza di ogni reato dovrà essere valutata in base ai principi del diritto penale: tipicità (in base al quale debbono essere puniti comportamenti precisamente individuati), elemento soggettivo (dolo generico, ossia con la mera volontà dell'evento, o specifico, con l'aggiunta di un preciso movente), prova, presunzione di innocenza.

### 3. Il cyberbullismo

Nel nostro ordinamento non esiste il reato di bullismo, atteso che tale comportamento, estrinsecabile in una pluralità di condotte differenti difficilmente riconducibili a un'unica figura criminosa, è incompatibile con il principio di tipicità proprio delle norme penali. Non ne esiste neppure una definizione normativa, mentre ne è rinvenibile invece una di cyberbullismo nella legge n. 71 del 29 maggio 2017<sup>3</sup>, approvata con la finalità di prevenire tale fenomeno prevedendo una

---

1 È stato introdotto dalla legge n. 69 del 19 luglio 2019.

2 L'art. 594 c.p. è stato abrogato dal d.lgs n. 7 del 15 gennaio 2016.

3 Art. 1, comma 2: "per «cyberbullismo» si intende qualunque forma di pressione, aggressione, molestia, ricatto, ingiuria, denigrazione, diffamazione, furto d'identità, alterazione, acquisizione illecita, manipolazione, trattamento illecito di dati personali in danno di minorenni, realizzata per via telematica, nonché la diffusione di contenuti on line aventi ad oggetto anche uno o più componenti della famiglia del minore il cui scopo intenzionale e predominante sia quello di isolare un minore o un gruppo di minori ponendo in atto

serie di misure di contrasto di carattere amministrativo (che si affiancano a quelle penali):

- un “tavolo tecnico” costituito da vari soggetti interessati (ministeri, Garante privacy, gestori di *social networks* e servizi internet, associazioni studentesche, dei genitori e di tutela dei minori), con il compito di elaborare “*un piano di azione integrato per il contrasto e la prevenzione del cyberbullismo*” e di redigere un codice di regolamentazione cui debbono attenersi gli operatori che forniscono servizi nel *web*;
- adozione, da parte del Ministero dell’Istruzione, di “*linee di orientamento per la prevenzione e il contrasto del cyberbullismo nelle scuole, anche avvalendosi della collaborazione della Polizia postale*”, che includono la formazione del personale scolastico e l’individuazione di un referente in ogni istituto scolastico;
- dopo un episodio di cyberbullismo, l’obbligo, in capo al dirigente scolastico:
  - di informare i genitori dei minori coinvolti (autore e vittima), che viene meno quando l’atto di cyberbullismo costituisce reato<sup>4</sup>.
  - di attivare “*adeguate azioni di carattere educativo*” nei confronti dei cyberbulli, le cui condotte dovranno essere sanzionate sulla base del regolamento dell’istituto scolastico e del patto educativo di corresponsabilità (da integrarsi con specifico riferimento al cyberbullismo)<sup>5</sup>;
- la vittima di atti di bullismo, se ultraquattordicenne, e i suoi genitori possono rivolgere al titolare del trattamento dei dati o al gestore del sito internet o del *social media* un’istanza – cui dovrà provvedersi entro 48 ore, allo scadere delle quali sarà possibile rivolgersi al Garante privacy – “*per l’oscuramento, la rimozione o il blocco*” dei dati personali del minore diffusi su internet, anche se ciò non configuri un reato;
- per alcune fattispecie di reato, se ancora non è stata presentata querela, è attivabile la procedura di ammonimento innanzi al questore, che consiste nell’invito – rivolto all’autore del reato ultraquattordicenne, in presenza di un genitore – a tenere una condotta conforme alla legge<sup>6</sup>.
- Pertanto, qualora i comportamenti descritti al par. 1 siano inquadrabili nella definizione di cyberbullismo, si potranno applicare, oltre ai rimedi penali illustrati al par. 2, quelli quiivi indicati.

---

un serio abuso, un attacco dannoso, o la loro messa in ridicolo”. L’introduzione di tale definizione è ascrivibile alla maggiore eco attribuita alla versione telematica del bullismo tradizionale.

4 In tal caso il dirigente scolastico è tenuto a osservare l’art. 331 c.p.p., che pone a carico dei pubblici ufficiali e degli incaricati di un pubblico servizio il dovere di denuncia dei reati di cui vengano a conoscenza nella loro attività. Configurando gli atti di bullismo frequentemente dei reati, il dovere di informativa alle famiglie di fatto spesso potrebbe essere disatteso.

5 Il regolamento e il patto di corresponsabilità sono previsti rispettivamente dall’art. 4, comma 1, e dall’art. 5 bis del D.P.R. n. 249 del 24 giugno 1998.

6 L’istituto dell’ammonimento (previsto dal d.l. n. 11 del 23 febbraio 2009, convertito dalla legge n. 38 del 23 aprile del 2009) concerne i reati di diffamazione, minaccia e trattamento illecito di dati.

#### 4. Responsabilità civile

In via generale, ogni reato obbliga il colpevole al risarcimento dei danni, patrimoniali e non patrimoniali (art. 185 c.p.).

A prescindere dal fatto che i comportamenti descritti al par. 1 configurino un reato, essi sono comunque fonti di responsabilità civile in capo all'autore nei confronti delle vittime, titolate a chiedere il risarcimento dei danni subiti in base al generale principio del *neminem laedere* (art. 2043 c.c.).

Sono comportamenti da inquadrarsi nell'ampio schema della responsabilità extracontrattuale, ai sensi della quale incomberà sul danneggiato l'onere di provare il fatto, l'ingiustizia del danno (ossia la lesione di un interesse giuridicamente protetto), il nesso di causalità tra il fatto e il danno, e l'elemento soggettivo (il dolo o la colpa).

Nel caso in cui l'autore di atti di bullismo sia un minore, accanto alla responsabilità personale dell'autore dell'illecito, civilmente sussistono anche le responsabilità dei genitori, degli insegnanti e della scuola, ossia dei soggetti ai quali spetta educare il minore e vigilare su di lui (*culpa in educando* e *in vigilando*). Sui genitori ricade infatti la presunzione di responsabilità contemplata dall'art. 2048, comma 1, c.c., per "il fatto illecito dei figli minori non emancipati o delle persone soggette alla tutela che abitano con essi", per cui sarà a costoro e non al minore che la vittima degli atti di bullismo dovrà formulare le proprie richieste risarcitorie.

La responsabilità degli insegnanti (e di figure analoghe, quali istruttori sportivi, educatori, ecc.) ricade invece nella previsione dell'art. 2048, comma 2, c.c., che pone la presunzione di responsabilità in capo ai precettori per il "danno cagionato dai loro allievi e apprendisti nel tempo in cui sono sotto la loro vigilanza".

Per quanto concerne la responsabilità dei gestori delle piattaforme online, il recente Digital Service Act<sup>7</sup> ha ribadito in via generale la loro assenza di responsabilità per i contenuti pubblicati, prevedendo tuttavia un meccanismo di segnalazione ai gestori diretto alla rimozione dei contenuti illegali, anticipando in tal modo l'esito di un'azione giudiziaria.

#### Riferimenti bibliografici

- Bergonzi Perrone M. (2022). *Cyberstalking e cyberbullismo*. Milano, Giuffrè
- Dona M., Cecconi L. (2016). *L'autoregolamentazione sulla rete*, in Valentino D. (a cura di), *Manuale di diritto dell'informatica*, Napoli, ESI.
- Bergaglio R. (2023). *Cyberbullismo: forme di manifestazione e rimedi*, <https://www.altalex.com>
- Frisani C. (2022). *Il Digital Service Act: le prospettive di riforma per una maggior tutela online*, <https://www.iusinitinere.it/>
- Finocchiaro G. (2012). *Riflessioni tra diritto e tecnica*, in *Diritto dell'Informazione e dell'informatica*, 2012

---

<sup>7</sup> Reg. UE 2022/2065, in vigore interamente dal 17 febbraio 2024. Prevede, tra l'altro, misure di trasparenza sui servizi resi dai gestori delle piattaforme.

## ■ Traccia per l'attività in classe

1. Proponete agli allievi di analizzare (anche in coppia) una *chat*, reperita nel forum presente sul sito internet di un quotidiano, e di verificare:
  - se i contenuti sono riferibili ai comportamenti riportati al par. 1;
  - in caso affermativo, se sono riconducibili ai reati indicati al par. 2.
2. Chiedete di ripetere l'esercizio analizzando la *chat* presente sul profilo di un *influencer* o di un personaggio dello spettacolo.
3. Chiedete loro di ripetere individualmente l'esercizio con una *chat* cui hanno partecipato o assistito (sostituendo i nomi reali con nomi di fantasia), estendendolo ai temi trattati nel par. 3.
4. Come viene trattato sui quotidiani il tema dei rischi legali della comunicazione online? Cercate articoli (di cronaca o di approfondimento) che lo trattino e leggeteli individuando in essi i possibili reati elencati.



### Il diritto d'autore, in rete e fuori

di Pier Franco Dagasso

Giurista d'impresa

#### ■ Scheda didattica

##### 1. Cenni sul diritto d'autore

Il diritto della proprietà intellettuale, distinto nelle due branche del diritto d'autore e del diritto della proprietà industriale, tutela rispettivamente le opere dell'ingegno e dell'inventiva. Le norme di riferimento sono contenute nella legge sul diritto d'autore (legge n. 633 del 22 aprile 1941, di seguito "L.d.A.")<sup>1</sup> e nel Codice della proprietà industriale (d.lgs 30 del 10 febbraio 2005).

Il diritto d'autore si compone di due distinti diritti:

- il diritto morale, ossia il diritto alla paternità dell'opera e di esserne riconosciuto come legittimo autore, incedibile e del quale è vietata la compravendita (art. 20 L.d.A.);
- il diritto patrimoniale (*copyright*), valido fino a 70 anni dalla morte dell'autore, ovvero il diritto di utilizzazione economica dell'opera, del quale è consentita la cessione (artt. 12 e 25 L.d.A.).

Pertanto, l'autore di un libro o di una canzone può cedere lo sfruttamento economico della sua opera a una casa editrice o discografica, senza però mai rinunciare al diritto di rivendicarne la paternità e quindi ad agire, senza limiti temporali, per tutelare tale diritto.

L'art. 2 L.d.A. elenca le opere dell'ingegno "di carattere creativo", che comprendono - accanto a quelle tradizionalmente riconducibili a tale ambito (opere di letteratura, musica, teatro, scultura, pittura, architettura) - le opere cinematografiche e fotografiche, i programmi per elaboratore e, se creative, anche le banche dati.

In via generale, l'uso di un'opera dell'ingegno è lecito solo se consentito dall'autore. Sono previste tuttavia varie eccezioni (*fair use*), volte a contemperare il diritto d'autore con la libertà di utilizzo delle opere dell'ingegno, il diritto di cronaca e all'informazione<sup>2</sup>. In base agli artt. 65-71 *decies* L.d.A. non è necessario il consenso dell'autore in molteplici casi, come le attività di ricerca, didattica e studio (antologie scolastiche, biblioteche, citazioni di opere letterarie, ecc.).

Un elemento comune è l'indicazione della fonte da cui è stato tratto il materiale, corredato dalla data e dal nome dell'autore (se riportato nella fonte).

L'assenza di consenso dell'autore è giustificata inoltre da ragioni di pubblica sicurezza, dal diritto di cronaca e dall'uso esclusivamente personale. Si segnala in particolare il principio generale posto dall'art. 70 L.d.A., secondo il quale è libera la citazione o la riproduzione parziale dell'opera e la sua comunicazione al pubblico,

---

1 Il diritto d'autore trova il proprio fondamento negli artt. 2, 4, 9, 21 e 33 della Costituzione, oltre che negli artt. 2575-2583 c.c.

2 In entrambi i casi la *ratio* è, a ben vedere, la stessa: favorire la produzione e la diffusione della cultura.



alle seguenti condizioni:

- per uso di critica e di discussione, nei limiti di tali fini e purché non costituiscano concorrenza all'utilizzazione economica dell'opera;
- a fini di insegnamento o di ricerca scientifica, con utilizzo solo per finalità illustrative e per fini non commerciali.

È consentita altresì la libera pubblicazione attraverso internet, a titolo gratuito, di immagini e musiche a bassa risoluzione o degradate, per uso didattico o scientifico e solo nel caso in cui tale utilizzo non sia a scopo di lucro.

In caso di violazione del diritto d'autore la tutela è di natura:

- civile: in modo inibitorio (se la violazione è presunta e da accertare) e risarcitorio (se già avvenuta), oltre a richiedere il ritiro dal mercato e la distruzione dei beni oggetto di plagio o contraffazione (artt. 158-167 L.d.A.).
- amministrativa: sanzioni amministrative pecuniarie, confisca dei materiali utilizzati per la riproduzione illecita e sospensione dell'attività professionale o commerciale (artt. 171 *bis-quinquies* L.d.A.)
- penale: sanzione pecuniaria (multa), sospensione dell'attività commerciale e professionale e, nei casi più gravi e fraudolenti, reclusione (artt. 171-171 *novies* L.d.A.).

## 2. Pubblicazione di contenuti nel web

Per brevità, la sezione sarà dedicata principalmente alla pubblicazione di fotografie nel web, che vanno distinte in:

- a) artistiche, considerate opere dell'ingegno a tutti gli effetti in ragione dell'apporto creativo del fotografo, tutelate in base ai già menzionati diritti d'autore morale e patrimoniale<sup>3</sup>;
- b) "semplici" (comunemente definite "amatoriali"), ossia "*le immagini di persone o di aspetti, elementi o fatti della vita naturale o sociale, ottenute col processo fotografico o con processo analogo, comprese le riproduzioni di opere dell'arte figurativa e i fotogrammi delle pellicole cinematografiche*" (art. 87, comma 1, L.d.A.), sulle quali al fotografo spettano i diritti esclusivi di riproduzione, diffusione e spaccio (art. 88 L.d.A.), a un compenso per il loro sfruttamento e alla tutela di 20 anni dalla data di realizzazione (art. 92 L.d.A.);
- c) di "*scritti, documenti, carte di affari, oggetti materiali, disegni tecnici e prodotti simili*" (art. 87, comma 2), cui non è riconosciuta alcuna protezione.

Le fotografie usualmente pubblicate sui *social networks* appartengono alla categoria sub b), per le quali, affinché sia riconosciuta la tutela prevista, ciascuna deve riportare: il nome del fotografo, del suo datore di lavoro o del committente; l'anno di produzione; se riproduce un'opera d'arte, il nome dell'autore dell'opera fotografata. Vige tuttavia un principio favorevole alla diffusione delle fotografie: anche qualora non siano presenti le suddette indicazioni, la riproduzione non è considerata abusiva, sempre che il fotografo non riesca a provare la malafede di chi le

---

3 La giurisprudenza ha individuato l'esistenza di un atto creativo quando l'attività intellettuale prevale sulla tecnica materiale, lasciando trasparire l'apporto personale del fotografo senza limitarsi a riprodurre e documentare determinate azioni o situazioni reali (Cass. 23 gennaio 1969, n. 175; Cass. 5 luglio 1990, n. 7077; Cass. 7 maggio 1998, n. 4606; Cass. 21 giugno 2000, n. 8425).

ha riprodotte (art. 90 L.d.A.). Se però la fotografia raffigura una persona specifica (ritratto), è necessario il suo consenso, salvo quando la riproduzione sia giustificata da ragioni peculiari<sup>4</sup>.

In merito alla titolarità dei diritti sulle fotografie pubblicate in rete, la difficoltà può consistere, per chi per primo ha pubblicato una propria fotografia che poi venga scaricata e utilizzata da altri, nel riuscire a dimostrare di esserne l'autore. In assenza di elementi discordanti, la pubblicazione sul proprio sito internet è stata ritenuta una presunzione del fatto di esserne autore<sup>5</sup>.

Analogamente, la pubblicazione di immagini sulla pagina personale di un *social network* non costituisce in sé la prova dei diritti di proprietà intellettuale in capo al titolare della pagina, ma, in assenza di prove contrarie, può assurgere a presunzione, ex art. 2729 c.c., della titolarità dei diritti fotografici in capo al titolare della pagina nella quale le fotografie sono state pubblicate. Nel caso dei *social networks* occorre peraltro tenere conto delle condizioni d'uso della piattaforma, in base alle quali non avviene una cessione integrale dei diritti d'autore<sup>6</sup>.

L'esistenza di siffatta presunzione (secondo cui l'autore delle foto è colui che le pubblica sul proprio profilo) non può comunque reputarsi una regola generale, posto che deve essere determinata in relazione alle circostanze concrete, vale a dire alla presenza di elementi che possano effettivamente ascrivere quell'immagine al soggetto che l'ha pubblicata<sup>7</sup>.

È stata invece negata tutela al titolare di un sito internet che aveva riprodotto una fotografia precedentemente pubblicata su un altro sito internet, dopo essere stata previamente copiata su un server privato<sup>8</sup>.

---

4 “dalla notorietà o dall'ufficio pubblico coperto, da necessità di giustizia o di polizia, da scopi scientifici, didattici o culturali, o quando la riproduzione è collegata a fatti, avvenimenti, cerimonie di interesse pubblico o svoltisi in pubblico” e a condizione che l'esposizione o messa in commercio non rechi pregiudizio all'onore, alla reputazione od anche al decoro della persona ritratta (art. 97 L.d.A., da leggersi unitamente agli artt. 96 e 98 L.d.A. Inoltre, l'art. 10 c.c. vieta l'esposizione o la pubblicazione non consentita dell'immagine di una persona e la divulgazione lesiva del decoro o della reputazione del soggetto ritratto.

5 Così Trib. Roma 22 giugno 2022, n. 10041, che ha ritenuto la pubblicazione sul sito internet una “forma d'uso” ai sensi della quale opera la presunzione di titolarità prevista dall'art. 8 L.d.A. (“È reputato autore dell'opera, salvo prova contraria, chi è in essa indicato come tale, nelle forme d'uso, ovvero è annunciato come tale nella recitazione, esecuzione, rappresentazione o radio-diffusione dell'opera stessa”).

6 Trib. Roma 1° giugno 2015, n. 12076.

7 Trib. Milano 26 maggio 2021, n. 3933, ha affermato che la mera pubblicazione di un'opera su Facebook non è sufficiente a dimostrare che l'autore della condivisione sia anche l'autore dell'opera: nel caso di specie non erano stati ravvisati fattori (ad es., nome, sigle, segni convenzionali, *watermarks*) che potessero far ritenere che l'utente del social media fosse anche autore della fotografia pubblicata.

8 Trib. Roma 28 marzo 2022, n. 4830, ha qualificato tale messa in rete come “messa a disposizione” e, di conseguenza, come “atto di comunicazione”, ai sensi dell'art. 3, par. 1, della Dir. UE 2001/29, che ai visitatori del sito internet dà la possibilità di avere accesso a detta fotografia attraverso quel sito internet. Nel caso di specie, non è stata neppure provata la malafede richiesta dall'art. 90 L.d.A.

Uno strumento di tutela per l'autore della fotografia è rappresentato dalla filigrana elettronica (*digital watermark*, impronta digitale), che consiste nell'inclusione, all'interno di un *file*, di informazioni che possono essere successivamente estratte per conoscere la provenienza del *file*<sup>9</sup>. Il watermark – rientrando tra le misure tecnologiche di protezione introdotte dagli artt. 102 *quater* e *quinquies* L.d.A. – è stato ritenuto equivalente all'apposizione del nome sull'immagine prevista dall'art. 90 L.d.A.<sup>10</sup>

Fatte salve le eccezioni sopra esaminate di cui agli artt. 65-71 *decies* L.d.A., in caso di riproduzione (*download*) da pagine *web* (siti internet e profili social) sembrano quindi essersi affermati i seguenti principi:

- è consentita se la pagina *web* da cui si scarica la fotografia non è riconducibile all'autore dell'immagine
- non è consentita se la pagina *web* è riconducibile all'autore (o a chi, se datore di lavoro o regolare cessionario, è detentore dei diritti d'autore), sia nel caso in cui siano indicati il nome del fotografo e l'anno di produzione (o sia presente un *watermark*) sia – ma con margini di incertezza e in concomitanza con altri indizi – nel caso in cui tali elementi siano mancanti

Il consenso dell'autore è necessario anche per la diffusione delle corrispondenze epistolari (tra cui rientrano *e-mail*, conversazioni sui social, messaggi)<sup>11</sup>.

Regole analoghe riguardano la condivisione di *files* musicali, opere cinematografiche e filmati.

### 3. Le condizioni d'uso dei *social network*

Quando la pubblicazione avviene su un *social network* occorre tenere conto delle condizioni d'uso previste dal gestore, ossia delle norme contrattuali che disciplinano l'utilizzo della piattaforma e che si è tenuti ad accettare fin dalla prima registrazione<sup>12</sup>. Alcune piattaforme si sono specializzate nella pubblicazione di contenuti specifici (ad es., YouTube per i video, Flickr per le fotografie, Soundcloud per la musica), mentre altre consentono di pubblicare varie tipologie di contenuti (ad

---

9 Il *watermark* è visibile quando è usato per essere palesemente notato, ad es. con la sovrapposizione di un'immagine o di un suono all'interno del media. È invisibile qualora il detentore del diritto d'autore lo nasconda nel *file*, per evitare che gli utilizzatori abusivi ne rilevino la presenza e lo possano quindi rimuovere, permettendo così all'autore di identificare la fonte della copia con la scansione dell'impronta sul *file* onde riconoscerne la paternità e scoprire gli utilizzatori abusivi. È largamente impiegato per scovare le copie pirata di film e musica. Ulteriore distinzione è quella tra *watermarks* pubblici (visibili a tutti gli utenti di un *file* e quindi rilevabili anche senza conoscere il contenuto e senza l'ausilio del documento originale) e privati (estraibili solo se si conosce il contenuto a priori e si possiede il documento originale non marchiato).

10 Trib. Roma 28 marzo 2022, n. 4830, cit.

11 Artt. 93-95 L.d.A.

12 Per Instagram è previsto che “creando un account Instagram o usando Instagram, l'utente accetta le presenti Condizioni”, per cui l'accettazione delle clausole – ivi comprese quelle limitative dei diritti di utilizzazione economica previsti dalla L.d.A. – avviene con la mera creazione dell'*account*.

es., Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn), ovviamente ciascuna con differenti modalità e limitazioni.

Sulla base delle norme sul diritto d'autore sin qui richiamate, il principio alla base di questa massiva attività di condivisione di contenuti creativi è sommariamente il seguente: “*puoi caricare su queste piattaforme solo contenuti creati interamente da te o per i quali hai ottenuto le necessarie autorizzazioni*”.

Come si evince dai termini d'uso di Instagram<sup>13</sup>, la responsabilità della violazione di questa regola viene fatta ricadere sull'utente:

- questi può pubblicare il contenuto di un soggetto terzo solo dichiarando di avere ottenuto la sua autorizzazione e senza violare i diritti di proprietà intellettuale, per cui vige una presunzione di titolarità del diritto di riproduzione (che invece la L.d.A. consente solo previo assenso dell'autore del contenuto e pagamento di un'indennità)<sup>14</sup>;
- con l'iscrizione l'utente concede a Instagram un ampio potere di disposizione economica dei contenuti pubblicati (una licenza relativa ai diritti di uso, distribuzione, modifica, ecc.), oltre al diritto di concedere queste facoltà in sublicenza a terzi, senza venir preventivamente informato<sup>15</sup>;
- le regole cambiano drasticamente quando è invece l'utente a fare uso dei contenuti di Instagram o di Facebook protetti dal diritto d'autore, possibile solo previa autorizzazione scritta della piattaforma. Non essendovi dunque alcuna licenza a favore dell'utente, appare evidente l'assenza di reciprocità rispetto a quanto descritto nel punto precedente.

In caso di violazioni di diritti d'autore da parte di altri utenti, le condizioni d'uso riconoscono all'utente la facoltà di effettuare una segnalazione mediante la compilazione di un modulo *online* oppure rivolgendosi a un rappresentante della piattaforma<sup>16</sup>. In seguito alla segnalazione Instagram si riserva di rimuovere il contenuto pubblicato e di fornire all'utente reo il nome e l'indirizzo *e-mail* del segnalante,

---

13 Ci siamo limitati, per brevità, ad analizzare le condizioni contrattuali di Instagram e di Facebook in vigore fino al 5/07/2023.

14 Cfr. la sezione “Utilizzi di Instagram non ammessi”: “*dichiara di essere titolare di o di aver ottenuto tutti i diritti necessari in relazione ai contenuti che pubblica o condivide*”.

15 Cfr. la sezione “Autorizzazioni concesse dall'utente”, ove questi concede in “*licenza non esclusiva, non soggetta a royalty, trasferibile, conferibile in sublicenza e globale per la conservazione, l'uso, la distribuzione, la modifica, l'esecuzione, la copia, la pubblica esecuzione o la visualizzazione, la traduzione e la creazione di opere derivate dei propri contenuti*”, anche quando “*l'utente condivide, pubblica o carica un contenuto coperto da diritti di proprietà intellettuale (ad es. foto o video) in relazione o in connessione con il nostro Servizio*”. Su Facebook, nella sezione “Autorizzazioni concesse dall'utente a Facebook” è previsto espressamente che “*se l'utente condivide una foto su Facebook, ci autorizza a memorizzarla, copiarla e condividerla con altri soggetti (sempre nel rispetto delle proprie impostazioni), quali fornitori di servizi o di prodotti di Meta che supportano tali prodotti e servizi*”.

16 È bene osservare che tale rappresentante è ubicato in California e la normativa di riferimento è il Digital Millennium Copyright Act (“DMCA”), ossia una norma USA e non italiana.

invitando il reo, in caso di contestazione del diritto d'autore, a mettersi in contatto direttamente con il segnalante; se le violazioni sono reiterate, di disabilitare l'*account* colpevole, rimuovere la pagina, limitare la possibilità di pubblicare foto o video, inibire l'accesso a determinate funzioni<sup>17</sup>.

Qualora le parti trovino un accordo, la piattaforma garantisce il ripristino del contenuto originariamente oscurato. Per le controversie con Instagram e Facebook relative all'uso del servizio da parte di un consumatore è competente il foro italiano, mentre nel caso di un'impresa è competente il foro irlandese.

Il rapporto contrattuale tra singolo utente e piattaforma appare decisamente squilibrato a favore della seconda.

Si consideri in particolare che l'utente, nell'atto di creazione di un *account*, consente a Instagram di:

- utilizzare i propri contenuti in maniera illimitata nel tempo (con il limite della cancellazione dell'*account*) e nella quantità;
- cedere tale licenza, così estesa nelle facoltà dispositive, anche a terzi.

Peraltro, la piattaforma agisce in conformità alla Dir. UE 790/2019, che ha previsto che i "prestatori di servizi di condivisione online", per mettere a disposizione dei contenuti, debbano ottenere preventivamente un'autorizzazione dai titolari dei diritti anche mediante la conclusione di un accordo di licenza (art. 102 *sexies* L.d.A.)<sup>18</sup>.

A favore dell'utente rileviamo che la licenza è comunque "non esclusiva", per cui egli continua in realtà a rimanere titolare dei suoi diritti, sui quali la piattaforma può, in concomitanza, esercitare i diritti di utilizzazione economica.

Inoltre, con riferimento all'uso dei contenuti, rimane ferma la possibilità di tutelare la propria reputazione.

A titolo esemplificativo, pubblicando su Facebook fotografie o video personali, si autorizza implicitamente la loro condivisione da parte di altri utenti tramite la funzione denominata "condividi", con la quale viene indicato anche il richiamo al profilo originale che per primo ha inserito il contenuto. Se invece si procedesse con un *download* di un'immagine altrui e la successiva pubblicazione priva di richiami, ci si approprierebbe di un diritto di proprietà intellettuale altrui.

---

17 Nella sezione "Normativa sulle violazioni ricorrenti" è previsto che "*le misure intraprese in conformità con la normativa possono variare a seconda della natura del contenuto segnalato e del luogo in cui è stato pubblicato*", lasciando dunque alla piattaforma una certa discrezionalità.

18 A tale Direttiva è stata data attuazione con il d.lgs 177/2021. Rileviamo che la disciplina in materia di diritto d'autore online è più severa di quella introdotta dal recente Digital Service Act (Reg. UE 2022/2065) – citato nel cap. 8 –, che ha invece ad oggetto la generalità dei contenuti pubblicati sulle piattaforme, per i quali è prevista l'assenza di responsabilità dei gestori, prevedendo tuttavia un meccanismo di segnalazione ai gestori diretto alla rimozione dei contenuti illegali, anticipando in tal modo l'esito di un'azione giudiziaria. Tale segnalazione può essere utilizzata anche per la rimozione dei contenuti legati al diritto d'autore.

## Riferimenti bibliografici

Carraro W., Longhini S., Unnia F. (2022). *Internet e diritto d'autore*. Milano, Giuffr  Lefebvre

Sirotti Gaudenzi A. (2022). *Il nuovo diritto d'autore*. Milano, Maggioli

AA.VV. a cura di Lavagnini S. (2022). *Il diritto d'autore nel mercato unico digitale*. Torino, Giappichelli

Boscariol De Roberto F. (2022). *Opere fotografiche: quale tutela se la foto era stata gi  pubblicata su altro sito?*, <https://www.altalex.com/>

Traina Chiarini R. (2022), *Fotografie creative, semplici o di oggetti materiali: quale la loro tutela?*, <https://www.altalex.com/>

Uncini F. (2023), *Tutela del diritto d'autore sui social network*, <https://www.diritto.it/>

### ■ Traccia per l'attivit  in classe

1. Proponete agli allievi di verificare se le foto presenti in un quotidiano riportano il nome del fotografo (o della societ  di fotografia).
2. Chiedete di ripetere l'esercizio analizzando il sito internet o il profilo *social* di un *influencer* o di un personaggio dello spettacolo.
3. Chiedete agli allievi di verificare se sulla loro pagina *social* hanno riprodotto ritratti di persone e se esse hanno espresso il loro consenso (ad es., con un *like*).
4. Come viene trattato sui quotidiani il tema del diritto d'autore? Cercate articoli che lo trattino e leggeteli individuando in essi i possibili reati elencati.



### I crimini informatici

di Pier Franco Dagasso

Giurista d'impresa

#### ■ Scheda didattica

Con l'avvento dell'informatica sono sorte una serie di condotte criminose caratterizzate dall'avvalersi di tale tecnologia, *hardware* e *software*, o dall'essere indirizzate contro beni informatici. Si parla al riguardo di crimini informatici (*cybercrimes*), per la repressione dei quali è stato necessario introdurre nuove figure di reato. I cybercriminali utilizzano i dispositivi informatici per accedere a dati personali di utenti, informazioni aziendali private o della pubblica amministrazione o per bloccare un altro dispositivo.

Rispetto ai comportamenti e ai corrispondenti reati esaminati nel cap. 8, quelli del presente capitolo si distinguono per essere, anche quando formalmente rivolti contro la persona, diretti in realtà ad appropriarsi del suo patrimonio, per essere portati da sconosciuti e per la circostanza di presupporre solitamente la partecipazione di vere e proprie organizzazioni criminali.

Abbiamo inserito in questa sede anche i reati pedopornografici.

#### 1. Comportamenti criminali

Riportiamo un elenco di fenomeni criminosi diffusi sul web:

- *Phishing*: una truffa in cui la vittima è indotta a inserire dati sensibili (credenziali di accesso, numeri di carta di credito, PIN, ecc.) ricorrendo a siti *web* che imitano un sito web legittimo oppure a *e-mail* del tutto simili a quelle inviate da un regolare istituto (banca, sito d'aste, *provider*, ecc., con relativo logo identificativo), con cui, appellandosi a problemi tecnici inesistenti ma verosimili (aggiornamento del *software*, scadenza dell'*account*, ecc.), si tenta di persuadere l'utente a selezionare il link ivi riportato per aggiornare i propri dati.
- *Diffusione di malware* (crasi di *malicious software*), ossia di programmi realizzati per danneggiare le macchine che li eseguono, sottrarre dati, spiare<sup>1</sup>.
- *Spamming*: è l'invio indiscriminato di *e-mail* o *newsletters* senza il consenso del destinatario. La casella di posta elettronica della vittima viene inondata da decine di *e-mail* pubblicitarie capaci di porre a rischio il funzionamento del servizio di posta elettronica.
- *Furto di identità* (cui già abbiamo fatto cenno nel cap. 8): l'accesso ai dati personali di un utente per rubare informazioni riservate, fondi o compiere frodi

---

1 Alcuni necessitano di un programma ospite: comuni virus (*software* che, una volta eseguito, infetta altri *files* per autoriprodursi), *trojan horse* (programma in apparenza utile, nasconde in realtà funzioni che danneggiano il pc), *backdoor* (consente un accesso non autorizzato). Altri sono del tutto autonomi: *worm* (danneggia il sistema operativo), *zombie* (connette il pc a un altro pc, all'insaputa del proprietario), *rootkit* (oculta *files* dannosi).



fiscali. Gli *hackers* possono anche attivare linee telefoniche a nome della vittima o accedere alle sovvenzioni statali che le spettano. Di frequente il furto di identità segue una precedente truffa di *phishing* o l'accesso a informazioni della vittima disponibili sui suoi profili *social*.

- *Ingegneria sociale*: il criminale cerca di guadagnarsi la fiducia della vittima per ricavare informazioni personali (*passwords*, dati bancari o il nome dell'impresa per cui lavora) da vendere o da utilizzare per aprire altri *accounts* a nome della vittima. Il cybercriminale, di solito dopo aver acquisito notizie *online* sulla vittima, agisce chiedendole l'"amicizia" sui *social networks* o presentandosi (per telefono o via e-mail) come incaricato dell'assistenza al cliente a nome di un'azienda.
- *Cyberterrorismo*: indica l'utilizzo di internet per fini terroristici, ovvero diffondere la paura e il panico nella popolazione destabilizzando l'ordine e la sicurezza pubblica, per ragioni politiche, ideologiche o religiose.
- Si manifesta prevalentemente tramite attività di propaganda, volta al reclutamento di persone che aderiscano alla causa e vi contribuiscano, e attività diretta, ossia il danneggiamento di siti *web* e sistemi informatici (ad es., per impedire il funzionamento delle infrastrutture critiche di un Paese).
- *Pornografia minorile*: si va dalla diffusione o detenzione di materiale pedopornografico all'adescamento di minori sul *web* (*grooming*).

Questi comportamenti possono condurre alla richiesta di denaro alla vittima o alla vendita delle informazioni che la riguardano ad utenti di siti ove l'accesso è possibile in forma anonima, le comunicazioni sono crittografate e la loro tracciatura è resa piuttosto difficile (il cosiddetto *dark web*).

## 2. Rilevanza penale

I predetti comportamenti possono essere ricondotti a vari reati, espressamente introdotti al fine di reprimere il *cybercrime* e comunemente definiti "informatici"<sup>2</sup>, attivabili di norma a querela della persona offesa, ma procedibili d'ufficio nei casi più gravi (ad es., quando l'autore è un pubblico ufficiale o il sistema informatico è di interesse pubblico)<sup>3</sup>. Costituisce spesso circostanza aggravante la commissione del fatto con violenza o minaccia oppure abusando della qualità di operatore informatico.

- *Accesso abusivo a un sistema informatico o telematico* (art. 615 ter c.p.): punisce chiunque abusivamente si introduca in un sistema informatico o telematico protetto da misure di sicurezza ovvero vi permanga contro la volontà del gestore del sistema. La ratio normativa risiede nella considerazione che anche

---

2 Benché tale accezione sia assente nel Codice penale, ove sono suddivisi tra il titolo XII, "Dei delitti contro la persona" e il titolo XIII, "Dei delitti contro il patrimonio", del libro II. I reati informatici sono stati introdotti nel nostro ordinamento dalla legge n. 547 del 23 dicembre 1993, che ha apportato modifiche anche al codice di procedura penale. Tra le modifiche intervenute successivamente segnaliamo la legge 18 marzo 2008, n. 48 (attuativa della Convenzione di Budapest del 2001) e il d.lgs n. 36 del 10 aprile 2018.

3 Il recente art. 623 ter c.p., introdotto dal d.lgs n. 150 del 10 ottobre 2022 ("riforma Cartabia"), ha ulteriormente accresciuto le ipotesi di procedibilità d'ufficio.

un sistema informatico costituisce espressione della libertà individuale di una persona.

- *Detenzione, diffusione e installazione abusiva di apparecchiature, codici e altri mezzi atti all'accesso a sistemi informatici o telematici* (art. 615 quater c.p.): punisce chi “abusivamente si procura, detiene, produce, riproduce, diffonde, importa, comunica, consegna, mette in altro modo a disposizione di altri o installa apparati, strumenti, parti di apparati o di strumenti, codici, parole chiave o altri mezzi idonei all'accesso ad un sistema informatico o telematico, protetto da misure di sicurezza, o comunque fornisce indicazioni o istruzioni idonee al predetto scopo”. È un reato di solito prodromico al precedente, posto che procurarsi un codice di accesso a un sistema informatico serve proprio ad accedere abusivamente allo stesso.
- *Detenzione, diffusione e installazione abusiva di apparecchiature, dispositivi o programmi informatici diretti a danneggiare o interrompere un sistema informatico o telematico* (art. 615 quinquies c.p.). Tale reato, che sanziona la detenzione o la messa a disposizione di apparecchiature in grado di infrangere i presidi posti a tutela del domicilio informatico altrui, usualmente anticipa l'accesso abusivo di cui all'art. 615 ter c.p.
- *Intercettazione, impedimento o interruzione illecita di comunicazioni informatiche o telematiche* (art. 617 quater c.p.). È un mero adattamento di precedenti reati, volti a proteggere le comunicazioni telefoniche e telegrafiche.
- *Detenzione, diffusione e installazione abusiva di apparecchiature e di altri mezzi atti a intercettare, impedire o interrompere comunicazioni informatiche o telematiche* (art. 617 quinquies c.p.): punisce fatti prodromici alla commissione del delitto descritto nell'articolo precedente, indicando come penalmente rilevante l'installazione di apparecchiature atte a captare o impedire comunicazioni relative ad un sistema informatico o tra sistemi telematici.
- *Falsificazione, alterazione o soppressione del contenuto di comunicazioni informatiche o telematiche* (art. 617 sexies c.p.). Consiste nel falsificare il contenuto di comunicazioni relative ad un sistema informatico o tra sistemi telematici, oppure nel formare falsamente il contenuto della comunicazione, per procurare un vantaggio o arrecare ad altri un danno.
- *Danneggiamento di informazioni, dati e programmi informatici* (art. 635 bis c.p.). È la condotta di chi distrugge, cancella, deteriora o altera dati, informazioni o programmi informatici altrui.
- *Danneggiamento di informazioni, dati e programmi informatici utilizzati dallo Stato o da altro ente pubblico o comunque di pubblica utilità* (art. 635 ter c.p.). È una norma diretta a tutelare i beni dello Stato e che di fatto sanziona il mero tentativo di danneggiamento<sup>4</sup>.
- *Danneggiamento di sistemi informatici e telematici* (art. 635 quater c.p.). A differenza dell'art. 635 bis c.p., reprime la compromissione irreversibile di un intero sistema informatico, e non di semplici dati o informazioni.

---

<sup>4</sup> La norma ricalca infatti lo schema del tentativo di cui all'art. 56 c.p.: “*Chi compie atti idonei, diretti in modo non equivoco a commettere un delitto, risponde di delitto tentato, se l'azione non si compie o l'evento non si verifica*”.

- *Danneggiamento di sistemi informatici o telematici di pubblica utilità* (art. 635 quinquies c.p.). Si distingue dal reato precedente in quanto sono punite anche condotte prodromiche al danneggiamento di un sistema informatico di pubblica utilità. Analogamente all'art. 635 ter c.p., sanziona il mero tentativo di commettere un delitto.
- *Frode informatica* (art. 640 ter c.p.). Si configura con l'alterazione del sistema informatico e dell'intervento, senza averne diritto, con qualsiasi modalità, su dati, informazioni e programmi di un sistema informatico. Similmente alla truffa ex art. 640 c.p., richiede l'ingiusto profitto e che sia stato cagionato un danno.
- *Frode informatica del soggetto che presta servizi di certificazione di firma elettronica* (art. 640 quinquies c.p.). Si tratta di una peculiare fattispecie di truffa, commessa dal certificatore di un servizio di firma elettronica<sup>5</sup>.
- *Esercizio arbitrario delle proprie ragioni con violenza sulle cose* (art. 392 c.p.). È punito farsi ragione da sé arbitrariamente, anche danneggiando sistemi informatici (si pensi al programmatore non pagato che introduca un malware nel computer del cliente per ottenere un sollecito pagamento o al dipendente ingiustamente licenziato che introduca una password nel computer dell'azienda per impedire l'accesso al sistema).

Per i reati attinenti alla pornografia minorile sono state operate modifiche volte a contemperarne l'esecuzione con strumenti telematici<sup>6</sup>:

- *Realizzazione e divulgazione di materiale pedopornografico* (art. 600 ter c.p.).
- *Detenzione o accesso a materiale pedopornografico* (art. 600 quater c.p.).
- *Pornografia virtuale* (art. 600 quater 1 c.p.): punisce anche la pedopornografia realizzata con elaborazioni grafiche.
- *Adescamento di minorenni* (art. 609 undecies c.p.): punito anche quando avviene "mediante l'utilizzo della rete internet o di altre reti o mezzi di comunicazione". Vi rientra il grooming.

Occorre aggiungere anche il *revenge porn*, già affrontato nel cap. 8.

### 3. Responsabilità civile e prevenzione

Come già chiarito nel cap. 8, l'autore di un reato è obbligato a risarcire i danni causati, sulla base del principio generale che sussiste sempre la responsabilità di chi cagiona ad altri un danno. La tipologia di danni provocati da comportamenti quali quelli illustrati al par. 1 appartiene essenzialmente alla categoria dei danni patrimoniali.

Pertanto, la vittima di uno dei reati elencati al par. 2 potrà presentare una denuncia querela alla Polizia Postale e agire per il risarcimento dei danni subiti nell'ambito del procedimento penale stesso o attraverso una separata azione civile.

<sup>5</sup> La disciplina sulla firma elettronica è contenuta nel d.lgs n. 82 del 7 marzo 2005 (Codice dell'Amministrazione Digitale, CAD) e nelle relative norme attuative, oltre che nel reg. UE n. 910 del 23 luglio 2014 (*electronic IDentification Authentication and Signature, eIDAS*).

<sup>6</sup> Per la diffusione illecita di immagini o video sessualmente espliciti (art. 612 ter c.p.), volta a contrastare il *revenge porn*, si rinvia al cap. 8.

Al fine di tutelarsi da tali condotte, segnaliamo quanto segue<sup>7</sup>:

- l'allarme sociale generato dall'aumento dei crimini informatici ha indotto il legislatore a inserirli tra i reati dai quali sorge la responsabilità amministrativa delle persone giuridiche<sup>8</sup>. La responsabilità amministrativo-penale degli enti si aggiunge a quella delle persone fisiche che li rappresentano o lavorano per esse e che, materialmente, hanno realizzato l'illecito. Oltre a essere soggette a sanzioni pecuniarie e interdittive, le imprese devono adottare un modello di prevenzione di tali reati;
- al fine di evitare *data breaches* e furti di dati, si vanno diffondendo nelle aziende modelli di *risk management* volti a mitigare tali rischi (ad es., corsi di formazione per i dipendenti, *policies* e verifiche interne, piani di *disaster recovery*, selezione dei fornitori di servizi informatici, ecc.)<sup>9</sup>;
- è possibile assicurarsi contro i rischi informatici<sup>10</sup>;
- per alcune condotte la tutela può derivare anche dalla normativa in materia di dati personali<sup>11</sup>.

Al di là dell'effettivo ricorso agli strumenti normativi che consentono di tutelarsi nei confronti dei comportamenti di altri utenti della rete, assume rilevanza la consapevolezza dell'esistenza di tali mezzi di protezione, allo scopo di accrescere la cultura della legalità e della difesa dei propri diritti anche in questo ambito.

#### Riferimenti bibliografici

Amato Mangiameli, A., Saraceni, G. (2019). *I reati informatici. Elementi di teoria generale e principali figure criminose*, Torino, Giappichelli  
Di Maio, A., Sicignano, G.J. (2022). *I nuovi reati informatici*, Treviso, La Tribuna

---

7 Per la sicurezza informatica si ricorre ad appositi programmi di protezione (antivirus) e alla consulenza di società specializzate, ma – trattandosi di temi che esulano dalla materia giuridica – non sono oggetto del presente capitolo.

8 D.lgs n. 23 dell'8 giugno 2001.

9 Il sopracitato CAD (art. 44) ha previsto l'introduzione, all'interno della pubblica amministrazione e delle imprese, della figura del responsabile della gestione dei documenti informatici.

10 Queste polizze prevedono solitamente che la garanzia di assistenza dell'assicuratore in caso di intrusione non autorizzata di terzi nel sistema informatico dell'assicurato sia subordinata alla condizione che sul dispositivo oggetto dell'attacco informatico sia stato installato, allo scopo di limitarne le conseguenze, il *software* gratuito fornito dallo stesso assicuratore. Di norma escludono l'indennizzo delle perdite pecuniarie derivanti dall'inservanza delle norme sulla proprietà intellettuale e sulla tutela dei dati personali, oltre che dall'utilizzo di programmi informatici privi della necessaria licenza d'uso.

11 La *privacy* è disciplinata dal reg. UE n. 679 del 27 aprile 2016 (*General Data Protection Regulation*, GDPR) e dal d.lgs n. 196 del 30 giugno 2003 (Codice della Privacy), ove l'art. 130 è dedicato alle "comunicazioni indesiderate" (vi rientrano alcune forme di *spamming*), l'art. 167 (cit. nel cap. 8) sanziona il trattamento illecito dei dati e sono previste norme sulla sicurezza informatica.

Minicucci, G. (2022). *Reati informatici e responsabilità degli enti: vecchi e nuovi scenari*, <https://discrimen.it/>

Verde, A. (2020). *I reati informatici*, <https://www.dirittoconsenso.it>

### ■ Traccia per l'attività in classe

1. Proponete agli allievi di esaminare lo spazio dedicato dai quotidiani ai reati informatici e la presenza di apposite rubriche nei relativi siti internet.
2. Chiedete agli allievi di verificare quali misure adottano per proteggere i loro *pc*.
3. Chiedete loro di verificare, sui loro profili *social* e sulla casella di posta elettronica:
  - se sono incorsi nei comportamenti descritti al par. 1;
  - se ne sono state vittime persone di loro conoscenza;
  - eventualmente in forma anonima, se ritengono di essere stati vittime dei reati elencati nel par. 2.
4. Come viene trattato sui quotidiani il tema dei crimini informatici? Cercate articoli (di cronaca o di approfondimento) che lo trattino e leggeteli individuando in essi i possibili reati elencati.



# **Parte II**

## **Financial Literacy**





# **“Young Factor” edizione 2023/2024**

**Alberto Banfi**

Professore ordinario di Economia degli intermediari finanziari nella Facoltà di Scienze bancarie finanziarie e assicurative dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano

**A**nche per l'anno scolastico 2023-2024, nell'ambito dell'iniziativa denominata “Young Factor” promossa dall'Osservatorio Permanente Giovani-Editori e svolta in collaborazione con due importanti gruppi bancari e finanziari (Intesa Sanpaolo e UniCredit), viene proposto il *Libro di lavoro* che si sta rivelando essere un appuntamento ormai “tradizionale”.

Questa edizione del Libro di lavoro viene proposta dopo che nelle scuole da più di un anno si è ritornati ad una situazione in un certo senso di “normalità”, lasciando alle spalle l'esperienza assolutamente particolare e fuori dagli schemi dovuta alla pandemia Covid-19, con tutte le conseguenze che ciò ha comportato sulla vita non solo scolastica ma anche quotidiana dei ragazzi (e anche dei loro docenti).

Sicuramente nel ritorno alla normalità gioca un ruolo fondamentale riprendere le abitudini di una volta e anche potersi muovere liberamente cercando d'instaurare e rinsaldare relazioni con persone e istituzioni anche lontane, uscendo di fatto dallo stretto cerchio di coloro che - per obbligo o di fatto - sono stati gli unici interlocutori per tanto tempo.

Poiché per i giovani in età scolare (ma non solo) è fondamentale muoversi ed entrare in contatto con ragazzi di altri Paesi, con culture diverse e con un approccio allo studio e alla vita che risente della ricchezza delle diversità, il nuovo Libro di lavoro vuole riprendere taluni argomenti di base dell'educazione finanziaria - che sono stati già oggetto di analisi in precedenti edizioni - che però sono analizzati in una visione internazionale e, per quanto possibile, prospettica.

In altre parole, si vogliono trattare dei fatti economici inquadrandoli in un loro contesto “aperto”, volto quindi a conoscerne i risvolti al di fuori di quella che può essere la visione domestica del nostro Paese.

Come sempre, ed ecco perché si è detto all'inizio che si tratta di un approccio tradizionale, la struttura e l'impianto didattico complessivo del Libro di lavoro rimane inalterata, per cui ciascuna scheda viene predisposta da un formatore esperto che partendo da alcuni articoli tratti dai quotidiani e da un loro breve commento nell'intento di darne le principali chiavi di lettura, sviluppa poi l'oggetto della singola scheda. Nel fare ciò permangono i supporti didattici a corredo della scheda volti ad aiutare il lettore a comprendere meglio il tema: la proposta di una traccia per l'effettuazione di alcune attività in classe per svolgere degli approfondimenti, e altre attività per migliorare l'apprendimento, come ad esempio dei brevi approfondimenti e dei semplici test di verifica delle conoscenze acquisite.

Il "filo rosso" del nuovo Libro di Lavoro è dunque un'apertura alle esperienze internazionali con riferimento ad alcuni temi di ampio respiro. La prima scheda si occupa di CREDITO E BANCHE e illustra come sta evolvendo il sistema bancario europeo partendo dalla sua struttura morfologica ed esaminando le prospettive riguardanti l'erogazione del credito. La seconda scheda si occupa dei CONSUMI nell'intento di evidenziare come essi si articolano tra i diversi Paesi europei.

La terza scheda si occupa del fenomeno delle START UP e delinea un focus sul loro sviluppo a livello internazionale concentrando l'attenzione sui Paesi e sulle aree che in Europa si stanno segnalando per accoglienza e proattività.

Data la loro rilevanza nell'attuale contesto, la quarta scheda tratta delle INFRASTRUTTURE operando un'analisi del grado di sviluppo delle infrastrutture in vari Paesi al fine di operare un confronto e verificare quanto queste possono influenzarne le prospettive di crescita. Le tre schede successive si occupano di temi tra loro fortemente connessi come sono appunto i TASSI DI INTERESSE, l'INFLAZIONE e il DEBITO PUBBLICO: nella prima di queste tre schede si analizza come sono evoluti i tassi di interesse nelle varie economie europee a partire dalla crisi finanziaria del 2007 e ci illustrano le previsioni sul loro andamento nei prossimi anni; nella seconda scheda si guarda all'andamento dell'inflazione a livello internazionale cercando di spiegare le cause che hanno generato una sua repentina ripresa negli ultimi anni, sempre operando confronti tra diversi Paesi; infine, la terza di queste schede spiega come si forma e come viene finanziato il debito pubblico e quanto esso sia un fattore cruciale nel misurare lo stato di salute di una economia.

L'ottava scheda proposta affronta un tema di assoluta rilevanza per i sistemi finanziari quale l'ATTIVITÀ DI VIGILANZA, ponendo particolare attenzione al ruolo affidato ai regolatori e alle autorità e specificando quali sono le modalità di controllo e i fondamentali parametri che consentono di misurare la solidità degli intermediari finanziari europei. Un altro tema divenuto oggetto di particolare attenzione in questi ultimi anni è rappresentato dalle SANZIONI, ossia da quei particolari provvedimenti che la comunità internazionale adotta per contrastare e, appunto, sanzionare Paesi che violano in modo grave regole di civile e pacifica convivenza: basti al riguardo pensare ai provvedimenti adottati nei confronti della Russia a seguito dell'invasione dell'Ucraina.

Infine, l'ultima scheda si occupa di ECONOMIE EMERGENTI, operando una rassegna dell'evoluzione della crescita economica in Europa allo scopo di individuare i Paesi che appaiono con le migliori prospettive di sviluppo.

Come appena descritto, gli argomenti oggetto delle dieci schede del nuovo Libro di lavoro non costituiscono una novità essendo già stati affrontati - ancorché secondo differenti visuali - in altre precedenti edizioni; ciò che però costituisce l'elemento distintivo è il loro inquadramento in un contesto di confronto internazionale facendo ricorso, per quanto possibile, a statistiche e dati pubblici per dare ai lettori la contestualizzazione dei fenomeni indagati.

Come nel precedente Libro di lavoro, anche in questa edizione – sempre a motivo della rilevanza e dell'attualità del tema - si è ritenuto opportuno predisporre anche un'undicesima scheda sull'orientamento all'investimento finanziario da parte delle donne (DONNE E FINANZA).

Nella certezza che il Libro di lavoro possa continuare ad essere da stimolo per i giovani che vogliono essere informati sui temi di maggior interesse per la loro crescita non solo culturale ma anche civile, si ribadisce altresì che ciò non potrà realizzarsi senza il fondamentale supporto dei loro insegnanti, che con pazienza e dedizione saranno sicuramente in grado di guidarli in questo affascinante percorso.



## **Parte III**

# **Technology digital Literacy**



# “Technology – Digital Literacy” edizione 2023/2024

Promosso in collaborazione con



**Carlo Sorrentino**

Professore Ordinario di Sociologia dei Processi  
culturali dell'Università degli Studi di Firenze

**N**essuno girerebbe per una qualsiasi città - soprattutto in auto o in moto - senza la minima conoscenza del codice della strada, perché saprebbe di essere esposto a un pericolo continuo.

Ma nessuno deciderebbe di restarsene chiuso in casa perché non conosce il codice della strada.

Tutti, piuttosto, ed è quanto accaduto, si sono impegnati a imparare i principi basilari per poter circolare come pedone, oppure ad acquisire conoscenze più approfondite per guidare un qualsiasi mezzo di locomozione.

Per lo stesso motivo, sarebbe assurdo pensare che non sia necessario un analogo addestramento per abitare il mondo digitale. Anzi, un migliore addestramento, visto che il mondo digitale è molto più vasto e complesso, caratterizzato da varie dimensioni e sfaccettature.

È quando si cerca di fare con il progetto “Technology - Digital literacy”, segnalando nel libro dell'edizione 23/24 una serie di rischi che la rete presenta.

Ma non con spirito luddistico, per scoraggiarne la frequentazione; quanto, piuttosto, per favorire un uso più consapevole.

A leggere i titoli delle varie schede presenti nel nuovo volume si potrebbe restare spiazzati: la maggior parte fa riferimento a pericoli e degenerazioni della rete.

Per questo motivo, si potrebbe essere tentati di soprassedere, nella colpevole considerazione che l'ignoranza possa attenuare l'apprensione.

Oppure, ci si potrebbe spaventare, fino a essere indotti a “dimettersi” dalla rete.

Ma l'unico atteggiamento adeguato e opportuno, invece, è migliorare le conoscenze adeguate per frequentare la rete in modo consapevole.

Infatti, l'ambiente digitale ha come precipua caratteristica la sua enorme, sconfinata vastità; appare naturale, quindi, che per frequentarla siano necessarie delle mappe di viaggio particolarmente accurate e informate.

Peraltro, in rete inevitabilmente ci esponiamo – attraverso la presenza sui social, attraverso le foto e i commenti che postiamo oppure attraverso le informazioni che forniamo - senza nemmeno accorgercene. Quando accettiamo i cookies - semplicemente navigando - lasciamo dappertutto nostre tracce. Per cui si potrebbe dire che se non conosciamo la rete, la rete ci conosce molto bene.

L'importanza della conoscenza non è l'unico comun denominatore delle schede che leggerete nel nuovo libro. C'è anche la condivisione.

A guardar bene, infatti, molto spesso la soluzione migliore davanti all'immensità della rete e, quindi, alle ineludibili insidie che pone è appoggiarsi alle competenze degli altri, condividere con amici, colleghi, conoscenti le modalità opportune per ottenere informazioni più ponderate, dialogare per assicurarsi dell'affidabilità di quanto letto o visto; ma anche - se dovesse succedere - per confidarsi in merito alla possibile soluzione di uno spiacevole coinvolgimento in casi di insulti o minacce. L'aspetto positivo dell'immensità della rete consiste proprio nella possibilità di condividere ogni informazione o situazione con chi riteniamo più opportuno farlo, senza farsi intimorire da imbarazzi o vergogne.

Bisogna iniziare a considerare l'ambiente digitale come parte del nostro mondo quotidiano e, proprio per questo, gestirla insieme agli altri.

Riconoscendo, con modestia, capacità e competenze di chi può aiutarci nella gestione delle tante situazioni in cui possiamo trovarci.

La rete, infatti, si basa su connessioni, sulla moltiplicazione delle connessioni – non a caso si parla di intelligenza connettiva - e, quindi, dalla rete dobbiamo prendere la forza propria dell'unione, piuttosto che la solitudine a cui induce la prevalente forma di fruizione, che avviene tramite *device* del tutto personali - il proprio smartphone, il proprio iPad, i propri profili - a cui accediamo attraverso password che conosciamo soltanto noi e dai luoghi più intimi e privati della nostra quotidianità.

La rete è un luogo pubblico. Non bisogna mai scordarselo, sia per assumere l'adeguato comportamento che di solito assumiamo nei contesti pubblici, sia per non sentirsi mai soli se dovessimo trovarci a disagio o in difficoltà.

Le schede del nuovo Libro si soffermano anche sugli eccessi prodotti dalla rete. Infatti, la sconfinata immensità dell'ambiente digitale può indurci all'eccesso oppure a esporci agli eccessi altrui. Per questo motivo, abbiamo pensato a fornire informazioni per gestire opportunamente tali eccessi.

Qual è una delle insidie maggiori della rete? L'estrema semplicità d'accesso.

Abbiamo in mano, come ci capita molto di frequente, il nostro smartphone, non sappiamo che fare, siamo in attesa di qualcuno o di qualcosa, ci stiamo annoiando nel posto dove ci troviamo, oppure semplicemente vogliamo distrarci dall'impegno del momento: clicchiamo... e siamo in rete!

Propria tale facilità può condurci nei posti più insoliti e, soprattutto, farci abbassare il livello d'attenzione; proprio come talvolta succede quando girovagiamo in città senza meta. Dunque, non bisogna abbassare mai la guardia, restare sempre vigili su dove si sta andando e perché.



Ancora meglio sarebbe, soprattutto per i più giovani, se si definissero in anticipo i perimetri d'interesse e, quindi, si indicassero gli obiettivi della propria "navigazione". In tal modo, ci si muoverebbe sempre con cognizione di causa.

Non si azzererebbero deviazioni di percorso e "perdite di posizione"; ma si avrebbe sempre cognizione di ciò che si sta facendo.

Non si tratta di individuare dei limiti quantitativi (non navigare per più di tot tempo) oppure qualitativi (farlo soltanto per cause che valgano la pena); sebbene - come segnalato nelle schede - un po' di digital detox, cioè di allontanamento dalla rete temporaneo e deciso autonomamente, possa essere una preziosa valvola di sfogo. Ciò di cui parliamo è, molto più semplicemente, darsi delle priorità, porsi dei limiti. È pertanto necessario, se si è superata l'infanzia e si è già nell'adolescenza, che questi limiti siano autoimposti e non vengano visti come odiosi divieti. Infatti, ancora una volta, l'immensità dell'ambiente digitale rende molto semplice aggirare tali divieti; quindi, meglio favorire un consumo consapevole piuttosto che imposto.

Un'ultima annotazione: non avere - nei confronti dell'ambiente digitale - un atteggiamento di distacco e diffidenza. Temendone la competizione sul campo educativo e relazionale. Perché l'inevitabile conseguenza sarebbe la sconfitta, con relativo senso di frustrazione. È troppo più grande di ciascuno di noi.

Meglio, pertanto, muoversi secondo una logica di alleanza. E' una risorsa e non un problema. Come ogni risorsa può diventare un problema, soprattutto se non se ne conoscono le potenzialità, per cui - come già detto - non si gestisce tale risorsa, ma si viene gestiti da tale risorsa.

Mai come in questi ultimi mesi si sta parlando, in merito agli sviluppi dell'ambiente digitale, di intelligenza artificiale. Con posizioni prevalentemente di timore e preoccupazione. Il principale dei quali è che richiamo di diventare vittime di tali intelligenze. Tuttavia, l'evoluzione della rete, la moltiplicazione degli algoritmi e la loro crescente efficienza non hanno niente a che vedere con l'intelligenza, quanto piuttosto con una profondissima trasformazione nelle forme comunicative che siamo chiamati a gestire. Molto opportunamente Elena Esposito, sociologa generale all'Università di Bielefeld e Previsione e futuro delle politiche pubbliche all'Università di Bologna, in un suo interessante libro, preferisce parlare di comunicazione artificiale, piuttosto che di intelligenza artificiale.

Dunque, capire come funziona è indispensabile per acquisire una propria autonoma capacità di gestione di tali nuove forme di comunicazione; per coglierne i rischi - che certamente non mancano; ma senza alcun pregiudizio.

Come già dicevano gli antichi, conoscere e conoscere insieme, connettendo le nostre intelligenze umane (le uniche per adesso esistenti), prima di darci delle risposte ci permette di porci le domande giuste. L'unica strada per arrivare, poi, alle risposte.

# Come diventare un cittadino digitale responsabile

**Anna Gatti**

Angel Investor e Founder

Associate Professor of Practice, Digital Transformation, SDA Bocconi

Sono nata quando internet non era un servizio disponibile, anzi necessario, per tutti. Il telefono fisso a casa era quel servizio.

Quando sono nata io, internet era un'idea a cui lavoravano gli scienziati e la cui diffusione commerciale sembrava ancora lontana.

Sono andata a scuola quando in classe non si usavano ancora i computer. In verità, quando ho iniziato la scuola io, i computer non si usavano neppure a casa.

Mi ricordo ancora quando mi venne regalato il Commodore 64. Avevo dieci anni. Tutti gli amici si riunivano a casa mia per vedere cosa si poteva fare con quel video e quella tastiera.

Avevo già la patente quando è stato lanciato il primo smartphone, il che implica che ho iniziato a guidare quando si sfogliavano ancora le mappe stradali per andare da un posto ad un altro. Ora uso il mio telefono cellulare che si collega automaticamente alla mia macchina elettrica quando mi avvicino alla vettura.

Avevo dieci anni quando fu lanciato il primo telefono cellulare e ne avevo diciotto quando mi fu regalato il mio primo cellulare: era grande quasi come un asciugacapelli.

Nel mio telefono oggi c'è più intelligenza artificiale di quanto potessi immaginare quando negli anni '90 lessi per la prima volta il libro "The Age of Intelligent Machines" scritto da Ray Kurzweil.

Il mondo è cambiato in modo importante durante la mia vita. Questi cambiamenti sono avvenuti in un periodo di tempo relativamente breve. Il fattore principale che ha consentito questi cambiamenti è stata la tecnologia.

La tecnologia ha cambiato profondamente le nostre vite, consentendo miglioramenti importanti in tanti ambiti, ma portando con sé anche nuovi rischi, nuovi pericoli, nuovi quesiti, nuove opportunità e nuove abitudini che dobbiamo imparare a gestire.

Quando ero studente non avrei neppure potuto immaginare le soluzioni a cui avrei lavorato anni dopo a Google, YouTube e Microsoft.

Quando ero studente non avrei potuto immaginare che un giorno avrei finanziato startup che sviluppano profilazioni avanzate dei gusti di una persona in tempo reale e suggeriscono acquisti prima ancora che la persona abbia iniziato a pensare di comperare qualcosa.

Quando ero studente non avrei potuto immaginare che avrei fondato una società che misura in pochi minuti come funzionano i circuiti cerebrali di un individuo e che fa un check up della tua salute mentale come facciamo un check up della nostra salute fisica.

Quando io ero studente non esistevano ChatGPT ed i suoi concorrenti.

Quando ero studente si andava in banca a ritirare i soldi e si pagava con i contanti o la carta di credito. Ora abbiamo accesso alla banca dal nostro smartphone. Paghiamo tirando fuori il telefono. Entriamo in metropolitana appoggiando il telefono ai tornelli. Investiamo e gestiamo il nostro patrimonio con un app scaricata sul nostro telefonino.

Quando io ero studente pensavo che ciò che leggevo sui libri fosse “vero”. Pensavo che i miei amici fossero “reali”, che quello che vedevo e ascoltavo fosse “reale”, ovvero un sistema contrapposto al sogno e all’invenzione.

Quando io ero piccola veniva insegnato a “non parlare con gli sconosciuti”.

Veniva insegnata l’educazione civica a scuola.

Veniva insegnato a chiedere permesso quando si entra in casa di altri e a non toccare le cose altrui.

Oggi le cose sono anche cose virtuali. Gli amici sono virtuali. Si gioca in ambienti di realtà virtuale immersiva, si consumano notizie, informazioni ed emozioni in formati virtuali. Abbiamo bisogno di insegnare come ci si comporta in questi ambienti virtuali, perché le conseguenze di non saperlo sono profondamente reali. E per lo più negative.

Il modello di realtà in cui sono cresciuta io è stato profondamente modificato dalle soluzioni tecnologiche che negli ultimi anni sono state lanciate sul mercato e adottate velocemente da masse di persone in ogni parte del mondo. Soprattutto giovani. Giovanissimi.

Imparare ad essere cittadini consapevoli e responsabili in questo nuovo modello ibrido di realtà è fondamentale per continuare a progredire come società.

L’innovazione, ovvero ciò che è nuovo, non è necessariamente progresso.

Secondo la Treccani, “progresso” viene definito come “lo sviluppo verso forme di vita più elevate e più complesse, perseguito attraverso l’avanzamento della cultura, delle conoscenze scientifiche e tecnologiche, dell’organizzazione sociale, il raggiungimento delle libertà politiche e del benessere economico, al fine di procurare all’umanità un miglioramento generale del tenore di vita, e un grado maggiore di liberazione dai disagi”.

La straordinaria innovazione tecnologica che ha caratterizzato gli ultimi decenni è stata spesso celebrata come ‘progresso’ prima che gli impatti sulla nostra società e soprattutto sui giovani si potessero pienamente capire.

Imparare a capire (o quantomeno a farsi domande su) gli impatti di lungo periodo delle innovazioni tecnologiche sulla nostra società è a mio parere fondamentale per diventare cittadini attivi e responsabili. L’etica dell’innovazione è una materia che oggi merita maggiore attenzione.

Avere una cultura digitale di base è importante come sapere leggere e scrivere.

Cultura digitale non vuole dire sapere scrivere un programma in python (per quanto utile possa essere). Cultura digitale per me vuole dire avere un framework etico e civico per approcciare le innovazioni tecnologiche.

Io credo che sia importante insegnare questo framework e discuterlo nelle scuole, perché è dove ci formiamo come cittadini attivi e responsabili. Le scuole sono la più importante sede di incubazione del futuro.

Come si potrebbe insegnare ai bambini e ragazzi di oggi ad essere buoni cittadini di internet?

Partendo dalla realtà (non quella virtuale) per poi traslare l'esperienza al mondo digitale. Insegnando che su internet ci si deve comportare come ci si aspetta che ci si comporti nei luoghi pubblici: presentarsi con il decoro con cui si cammina per strada, comunicare come si dovrebbe comunicare tra persone civili (anche se siamo nascosti dietro le sembianze di un personaggio in un videogioco o di un avatar), non rubare cose altrui (anche se queste "cose" sono in forma di dati digitali, password, musica o video), bandire e condannare il bullismo (che su internet prende la forma di cyberbulling), chiudere la porta per evitare che i ladri entrino (anche se la chiave su internet si chiama password e la vogliamo sicura come la serratura di casa), non dire falsità (che su internet si chiamano fake news), non promuovere l'odio e chi lo diffonde (che su internet si chiamano haters). Potrei continuare questo elenco di regole di base della cittadinanza attiva digitale perché, avendo passato la maggior parte della mia carriera a capire come influenzare i comportamenti degli utenti su internet, ho avuto molto tempo per riflettere su come non lasciarsi travolgere da queste tecniche di influenza digitale. È, forse, però più interessante soffermarsi a riflettere non tanto sulla lista di cose pratiche che i giovani dovrebbero imparare, ma sul framework, ovvero sulle dimensioni fondamentali con cui guardare all'innovazione tecnologica e al mondo digitale per cercare di avere una bussola che ci consenta di trovare la direzione giusta in un mondo per noi ancora relativamente nuovo ed in costante divenire.

Credo che sia importante insegnare la distinzione tra tecnologia ed applicazione. Spesso una tecnologia di per sé non è né buona né cattiva. Ciò che ne fa una innovazione che contribuisce o meno al progresso della società è la sua applicazione. La mia esperienza professionale mi ha portato a pensare che le dimensioni fondamentali, i punti cardinali della bussola che ci serve per orientarci nel mondo digitale siano sostanzialmente quelli che ci riportano alla definizione di progresso. La domanda fondamentale per me è la seguente: l'applicazione tecnologica "x" (dove potete sostituire ad 'x' l'ultima applicazione tecnologica di moda) porta ad un miglioramento sostenibile della condizione umana non di pochi eletti, ma dell'insieme degli individui che costituiscono la società? Se applichiamo questo framework logico, per esempio, è difficile pensare che i social network, così come oggi sono usati e diffusi, abbiano costituito una fase positiva nello sviluppo della società. I dati offerti da numerosi studi fatti in prestigiose università ci indicano che negli ultimi anni, insieme ad una spinta adozione dei social networks da parte di giovani e giovanissimi (ad oggi non è stato ancora introdotto a scala un modo efficace di evitare che i ragazzi al di sotto dei 13 anni usino i social network), c'è stato anche un importante aumento della depressione e dei disturbi alimentari tra pre-adolescenti ed adolescenti. L'Organizzazione Mondiale della Sanità da anni si occupa delle implicazioni sulla salute pubbliche dell'uso eccessivo dei social media. I risultati a cui sono giunti sinora non sono rassicuranti.

I social networks sono diventati piattaforme ideali per *predators* che cercano di adescare minori. Nel corso degli anni le forze dell'ordine hanno sviluppato *task force* specializzate nel combattere questo tipo di crimine, facilitato dalla mancanza di una educazione digitale di base. È importante, tuttavia, che anche le famiglie e gli educatori insegnino i pericoli associati a navigare da soli su internet.

Oggi si parla molto (e a mio parere in modo troppo confuso) di intelligenza ar-

tificiale.

Il termine è ampio e si riferisce a un insieme complesso di tecniche computazionali e algoritmi che consentono di processare dati. All'interno della famiglia dell'intelligenza artificiale ci sono moltissime tecniche di calcolo che vanno dal *machine learning* al *natural language processing*.

Lasciando agli studiosi di computer science i dettagli di queste tecniche e come continuare a svilupparle per consentire modellizzazioni sempre più complesse e precise, la cosa certa è che di per sé questi algoritmi non sono né buoni né cattivi. Sono come studi avanzati di matematica o di fisica. Ciò che ne fa una innovazione che contribuisce al progresso o al peggioramento della nostra società sono le applicazioni di queste tecniche di intelligenza artificiale.

Quando devo spiegare a mia figlia Athena di 13 anni l'intelligenza artificiale uso l'esempio della plastica. La plastica è stata inventata il secolo scorso ed ' valse anche un Nobel all'Italia, con il chimico Giulio Natta. Molti chimici si sono impegnati a sviluppare tecniche per la produzione della plastica, contribuendo a importanti innovazioni nell'ambito della chimica. Fino a qui tutto bene.

Nel corso degli anni la plastica è stata usata per innumerevoli applicazioni, senza farsi tante domande sulla reale necessità o beneficio di lungo periodo di tali applicazioni, che hanno portato all'attuale produzione di 380 milioni di tonnellate di plastica all'anno. Questo immenso ammontare di plastica rimane attivo sul nostro pianeta per centinaia di anni e oggi contribuisce alla primaria fonte di inquinamento degli oceani. La diffusione non ragionata, tattica o opportunistica della plastica ha fatto diventare una innovazione tecnologica uno dei maggiori problemi dell'inquinamento del nostro pianeta. L'innovazione chimica di per sé non era negativa. Tutt'altro. L'uso non ragionato di tale innovazione, le sue innumerevoli applicazioni sono state il problema. Quando il danno ambientale era già serio, i governi sono intervenuti con regolamentazioni e leggi. Per i governi è complicato regolamentare ciò che non esiste ancora. La regolamentazione è spesso la risposta a un problema esistente.

L'intelligenza artificiale è un po' come la plastica. Di per sé lo sviluppo di tecniche computazionali complesse è buono e ha la potenzialità di risolvere problemi complessi, oltre a rendere la nostra quotidianità più organizzata (grazie alle molte applicazioni che già oggi usiamo integrate nei nostri cellulari e in altri dispositivi nelle nostre case). Occorre riflettere sulle conseguenze delle molte applicazioni che si possono lanciare sul mercato.

Auspicare qualche forma di regolamentazione sembra utile, ma non ci si può aspettare che la legge possa regolamentare applicazioni che ancora non sono state pensate.

Per questo insegnare ai giovani a pensare alle conseguenze di lungo periodo delle nostre azioni e dare un framework di base per navigare il mondo digitale e la sua velocità di innovazione mi sembra un passo fondamentale per il progresso della nostra società.

La scuola e gli insegnanti devono essere tenuti al centro dell'educazione dei nostri figli, assicurandogli la necessaria formazione ed il necessario rispetto professionale affinché possano continuare ad esercitare efficacemente il ruolo di formatori dei cittadini di domani.



## **Parte IV**

# **Ecological Literacy**

# “E-Project: ecological literacy”” edizione 2023/2024

Promosso in collaborazione con

# enel

**Jacopo Loredan**

Giornalista e già direttore del mensile “FOCUS”

*From eco-worrier to eco-warrior: “da eco-preoccupati a eco-guerrieri”.*

È il motto dell'edizione 2023-24 di E-Project, l'iniziativa di Ecological Literacy, educazione ecologica per gli studenti delle Scuole superiori dell'Osservatorio Permanente Giovani-Editori, organizzata in collaborazione con Enel. Reagire alla crisi ambientale con l'impegno e le proposte, insomma, per non farsi travolgere dalle preoccupazioni. Che sia meglio battersi che battersi il petto lo conferma anche un'indagine della prestigiosa rivista scientifica *Lancet*: il 45% dei giovani tra i 16 e i 25 anni ammette che l'ansia per il cambiamento climatico ha avuto un impatto negativo sul benessere e sulla vita quotidiana. *From eco-worrier to eco-warrior*, dunque, per far sì che la partecipazione, le idee e lo studio siano, per la Generazione Z, il primo antidoto all'impatto della congiuntura ecologica.

E-Project 2023-2025 giunto quest'anno alla seconda edizione, coinvolgerà le classi delle scuole superiori italiane in un percorso a tappe che comprende webinar di approfondimento, presentazioni, dibattiti in aula. E culmina con la pubblicazione online delle tesine preparate da migliaia di team di studenti, alle prese con la questione più scottante della nostra epoca e senz'altro per loro: il futuro prossimo della Terra.



Il tema sono le strategie generali, ma soprattutto che cosa possiamo fare personalmente e collettivamente per contrastare il collasso ecologico del pianeta, con particolare attenzione al cambiamento climatico. L'obiettivo è sensibilizzare, appunto, gli studenti delle Scuole superiori, renderli protagonisti e metterli in grado di formulare proposte su questioni così centrali per loro, e per tutta l'umanità.

Al centro di E-Project ci sono le tesine. Ovvero gli elaborati di gruppo preparati e discussi in ogni classe, prima di essere inviati all'Osservatorio per la selezione e la pubblicazione. Le 100 tesine più riuscite dell'anno scolastico 2023-24 saranno menzionate sul sito di Enel. Le migliori cinque tesine italiane saranno premiate durante una cerimonia che si terrà nel 2024.

Ecco i temi scelti per il 2023/2024:

- **Il clima, noi e gli altri**  
*Comprendiamo, rispettiamo, sosteniamo.*
- **Nonni, genitori e figli. L'ambiente tra le generazioni**  
*Ricordiamo, confrontiamo, interveniamo.*
- **Il nuovo green-tech**  
*Scopriamo, scegliamo, cambiamo.*
- **Cambia il clima, cambia il lavoro**  
*Studiamo, progettiamo, esigiamo.*
- **La città verde**  
*Ripensiamo, costruiamo, abitiamo.*

---

## Guida per gli studenti

---

Jacopo Loredan

Giornalista e già Direttore del mensile scientifico “Focus”

**Le tappe del percorso.** Ogni classe partecipante a E-Project formerà cinque squadre, ciascuna delle quali si approprierà di uno di questi temi e elaborerà una tesina in PowerPoint che presenterà e discuterà a scuola, prima di inviarla all’Osservatorio per la selezione e la eventuale pubblicazione. La fase di discussione pubblica, con i compagni e i docenti, come si intuisce è fondamentale: i componenti di ogni team dovranno gettarsi nell’arena e convincere gli altri della bontà delle loro analisi e soprattutto delle proposte per contrastare la crisi ecologica del pianeta. Ma qual è il modo più efficace per costruire le presentazioni? Quanto devono essere lunghe? Come si devono articolare? Quella che segue è una sintetica guida per aiutarvi a realizzarle meglio, fermo restando che starà a ciascuna squadra di studenti trovare la formula creativa originale per affrontare la sfida.

**Il contenuto delle tesine.** Un primo suggerimento (vedere anche il punto **I cinque temi**): siate creativi, scrivete possibilmente di ciò che sperimentate in modo diretto, esprimete e motivate il vostro punto di vista, raccontate le vostre iniziative, fate proposte, organizzate sondaggi... Lasciate il compito di fornire informazioni generali a Wikipedia, che lo svolge benissimo.

**Il formato delle presentazioni.** Il “veicolo” richiesto per le tesine di E-Project è il formato PowerPoint (.ppt), nel quale, come sapete, le pagine della presentazione si succedono l’una all’altra come diapositive, ciascuna, in genere, dedicata a un tema specifico, o a un aspetto particolare della tematica, oppure ancora all’introduzione o alla conclusione di un capitolo. PowerPoint è proprietà di Microsoft, ma sono svariati i software anche gratuiti in open source con i quali si possono creare presentazioni al computer da salvare poi in formato (ppt.).

**Attenzione ai diritti.** Dato che molti degli elaborati saranno pubblicati online, è richiesto di non inserire video nelle presentazioni (anche per non appesantirle troppo) in modo da evitare il rischio di violare diritti di autore. E le immagini? Le squadre, per la stessa ragione, dovranno utilizzare soltanto quelle che produrranno direttamente e delle quali perciò possiedono i diritti.

**Il titolo delle tesine.** I temi generali di E-Project 2023 sono i cinque elencati sopra, e ogni classe li affronterà tutti e cinque, affidandoli uno per squadra. Ma il titolo di ogni tesina è libero. In altre parole, nella prima diapositiva della presentazione ogni team indicherà il tema scelto (Ad es: **Il clima, noi e gli altri. Comprendiamo, rispettiamo, sosteniamo**), ma la scelta del titolo specifico della tesina (ad es: **Acqua potabile per tutti? Così si può**) è interamente lasciata a voi.

**Quante diapositive?** Regola generale: una diapositiva per minuto di presentazione. L’ideale, dunque, sarebbe restare tra le 10 e le 15 diapositive al massimo, in

modo da esporre i punti principali senza sovraccaricare i destinatari con troppe informazioni. Tenete presente che il fulcro della presentazione dovrebbero essere il contenuto e il messaggio, piuttosto che il numero di diapositive. Conta trasmettere bene la ricerca e le proposte durante la discussione in aula. Le diapositive vanno usate soprattutto come materiale di supporto.

**Un “taglio” originale.** Il punto di vista dalla quale nasce la presentazione è fondamentale. Come nelle news o nei reportage professionali è infatti il “taglio”, ancor più che lo stile, a fare la differenza. Una volta scelto il tema, ciascuna squadra potrebbe concentrarsi proprio su questo punto, riflettere, e domandarsi: “Che cosa vogliamo trasmettere?” e anche “Come possiamo farlo nella maniera più efficace possibile?”. Il messaggio che volete far passare molto probabilmente porterà alla scelta del titolo. A questo punto il suggerimento è scontato: definite il titolo dopo aver ricercato bene l’argomento scelto (per non risultare velleitari) ma prima di scrivere la tesina, in modo da sapere subito dove andrete a parare.

**La scaletta.** È il filo di Arianna che conduce, appunto, dall’inizio alla fine della presentazione, secondo il taglio preferito, per argomentare il titolo. Fissato quello, la scaletta dovrebbe essere discussa a fondo tra tutti i componenti della squadra, messa giù e poi possibilmente anche rispettata! Quando si completa la prima diapositiva, si dovrebbe già aver previsto come sarà scritta l’ultima. In questo modo il sentiero sarà tracciato, il discorso scorrerà bene e risulterà anche possibile prevedere i punti di svolta, i pilastri sui quali appoggiarlo.

**Esperienza, scienza e tecnologia.** È bene ispirarsi a osservazioni dirette o partire da esperienze altrui di cui si è venuti a conoscenza attraverso i social, il web, la tv o i giornali. Ma sia nell’analizzare i problemi sia nel proporre le soluzioni, è fondamentale usare gli strumenti della scienza (non soltanto delle scienze esatte, ma anche di quelle sociali) e tener conto degli sviluppi della tecnologia. Insomma: è necessario trattare in modo critico le esperienze dalle quali si parte, sostenere le proprie argomentazioni e presentare soluzioni solide e ben ragionate ai problemi che si vogliono affrontare.

**Le fonti.** È il punto su quale il contributo dei docenti può diventare molto utile. Come valutare, per esempio, l’attendibilità di una ricerca scientifica rintracciata sul web? Come capire se una tecnologia dipinta come risolutiva lo è davvero? Come scartare certe ipotesi non suffragate dai dati, e invece scovare quelle significative? L’indagine sulle fonti è molto stimolante e dovrebbe costituire la base di ogni presentazione che si rispetti. Citarle sempre!

**Analizzare ma soprattutto proporre.** Altro tema centrale di E-Project. I rischi ecologici che gli abitanti, e cioè non soltanto gli umani ma tutti i viventi della Terra, devono affrontare oggi richiedono di agire in fretta e bene. Sì, ma come? Quali sono le (nostre) azioni che possono fare la differenza? Ai partecipanti le risposte.

**Costi e benefici.** Che accadrebbe se, per assurdo, si dovesse rinunciare del tutto

e subito alla plastica, o ai carburanti figli del petrolio? Nel formulare proposte bisognerebbe avere sempre chiaro il rapporto costi-benefici, e ragionarci sopra seriamente. Cerchiamo di prevedere le conseguenze delle nostre scelte sulle nostre abitudini e sul nostro modo di vivere.

**Da soli o in gruppo?** Le azioni personali, sebbene importanti, non bastano quasi mai da sole per affrontare le sfide complesse e urgenti che ci troviamo davanti. L'azione collettiva è fondamentale. Se si agisce insieme con la propria comunità si riesce davvero a ottenere un impatto reale. Anche per questa ragione E-Project punta sul lavoro di squadra. Qualche esempio di azioni personali? Riduzione dei consumi, uso di energie rinnovabili, cambio di stile di vita. Azioni collettive? Per esempio, l'advocacy (e cioè il processo civile con cui un gruppo di persone cerca di dare appoggio ad una politica sociale, economica, legislativa, ecc., e di influenzare la relativa distribuzione delle risorse umane e monetarie) e le iniziative di consumo collettivo.

**I cinque temi.** Infine, quale argomento scegliere per la tesina? Lasciano tutti grande libertà creativa, dunque dipende molto dagli interessi dei componenti delle squadre. Un team che per esempio si concentra sul tema "**Il nuovo green-tech. Scopriamo, scegliamo, cambiamo.**" potrebbe testare le migliori app "verdi" che aiutano a misurare la sostenibilità del proprio stile di vita, oppure descrivere un esperimento di demotica, oppure ancora illustrare i pro e i contro dei monopattini elettrici, etc. Un team che sceglie **Il clima, noi e gli altri.** *Comprendiamo, rispettiamo, sosteniamo* potrà ispirarsi a uno dei 17 obiettivi di sviluppo sostenibile indicati dalle Nazioni Unite... Ma sono soltanto esempi: è proprio nello scegliere l'angolazione e i contenuti della tesina che le squadre possono manifestare la loro creatività e preparazione.





## **Parte V**

### **Le iniziative speciali e i concorsi**





**C**oncorsi e le Iniziative Speciali promossi dall'Osservatorio Permanente Giovani- Editori nascono da una riflessione profonda sul ruolo che scuola e mass media debbono assolvere in un momento in cui i valori etici e morali sui quali si fonda la nostra Costituzione, il nostro Stato, le sue stesse basi politiche, giuridiche, culturali, vengono messe in discussione da comportamenti inadeguati alle esigenze di un mondo in così rapida trasformazione. Globalizzazione, individualismo civico, tecnologie, multiculturalismo, hanno mutato il volto della nostra società.

La strada del semplice aggiornamento scolastico non è sufficiente. Occorre muoversi nella visione di un patto fra società e scuola che rafforzi tutti quei progetti che fanno della educazione ad una cittadinanza attiva e responsabile il punto di caduta di ogni progetto e iniziativa diretta a conciliare identità e pluralismo, diritti e doveri, e la grande varietà di culture ormai presenti sul nostro territorio: culture non solo in senso "etnico", ma anche "etico", con il conseguente bagaglio di regole di tipo liberale, solidaristico, partecipativo, sociale.

Le sfide lanciate dalle iniziative, e ancor più dai concorsi, sono inoltre un ulteriore allenamento alle literacies - ai media, economia e finanza, digitale, ambientale - ma anche una piattaforma di incontro e confronto, una modalità d'avanguardia per mettere in rete le scuole che vi aderiscono e creare uno spazio collettivo e condiviso, un luogo virtuale dove ciascuno potrà presentare il proprio contributo e sperimentare con la creatività. La comunità nasce anche da qui: dallo stimolo a rendere concrete, trasferendole su carta o su schermo, le proprie idee e riflessioni, in un percorso allargato a coinvolgere famiglie, comunità, cittadinanza intera. Non a caso dietro ad ogni iniziativa e ad ogni concorso possiamo individuare la presenza, il sostegno e la collaborazione di partner d'eccezione, istituzioni e realtà simbolo del nostro Paese, presenti sul territorio, attente ai bisogni dei ragazzi e della scuola.



# **Iniziativa speciali**



# Iniziativa speciale Giovani, energia del futuro

Promossa in collaborazione con



eni

L' Osservatorio Permanente Giovani-Editori, in collaborazione con Eni, realizza, per l'anno scolastico 2023-2024, la nuova edizione dell'iniziativa speciale "Giovani, energia del futuro", rivolta a tutti gli studenti delle classi partecipanti al progetto "Il Quotidiano in Classe".

La collaborazione con Eni, iniziata nell'anno scolastico 2006-2007, si è evoluta nel tempo, caratterizzandosi sempre più per la forte componente formativa e didattica che si è trovata a ricoprire.

Per la prossima edizione dell'iniziativa saranno organizzati cinque incontri rivolti agli insegnanti e agli studenti: delle vere e proprie lezioni d'autore tenute da illustri giornalisti.

In ogni appuntamento sarà inoltre approfondito un tema di estrema attualità, ovvero quello della Diversity, grazie alla presenza, in qualità di relatori, di alcuni studenti che avranno precedentemente seguito un corso a cura di Eni, in un'ottica di peer to peer education.

Il connubio tra l'energia in senso materiale e la visione delle nuove generazioni come nuova energia per il futuro da liberare chiarifica il legame di questa lunga collaborazione. Infatti, l'iniziativa speciale nasce dal comune obiettivo di mettere al centro i giovani e le loro capacità, sottolineando la risorsa che in potenza essi rappresentano per il futuro del nostro Paese, grazie anche all'accrescimento delle loro competenze e allo sviluppo della loro capacità di condividerle per mettere in circolo il sapere.



## Portale Eniscuola.net

Il sito Eniscuola.net, nato nel 2000 per accogliere contenuti e approfondimenti dedicati ad energia e ambiente, rappresenta un punto di riferimento per chiunque voglia studiare queste tematiche con un approccio scientifico e sempre aggiornato. Cura i contenuti una redazione che fa capo a Fondazione Mattei, un istituto di ricerca che da sempre presidia queste tematiche.

Target delle pagine web è soprattutto il mondo della scuola, docenti e studenti di primaria e secondaria, anche se viene costantemente visitato da soggetti diversi, in Italia e nel mondo, interessati a conoscere le tematiche di riferimento. Il pianeta e le sue complessità, la biodiversità marina e terrestre, le foreste, le fonti energetiche, il cambiamento climatico, la transizione energetica, l'economia circolare, sono solo alcuni dei numerosi argomenti trattati.

Non si tratta di semplici testi. Per venire incontro alle diverse esigenze di approfondimento, il sito Eniscuola.net ospita numerose immagini, video e animazioni, in maniera da offrire agli utenti un percorso dinamico e interattivo.

Esperimenti video ripresi, realizzati con semplici oggetti per spiegare argomenti di fisica e chimica, videolezioni di fisica, chimica, biologia e scienze della terra, test di autovalutazione, ripassi di materie curriculari di ambito Stem, consentono a docenti e studenti di avere a disposizione un vasto repository di contenuti che possono essere scaricati ed utilizzati in classe o a casa per rafforzare le competenze. Multimediali interattivi permettono di avvicinarsi ed approfondire tematiche legate all'ambiente, alla sostenibilità e all'energia in maniera non convenzionale, attraverso una partecipazione attiva degli studenti e degli insegnanti.

Per i più piccoli l'approfondimento passa anche attraverso il gioco: ecco quindi ad esempio che il "Gioco dell'oca" o quello del "Memory" vengono applicati alle tematiche ambientali.

Nel corso degli anni, seguendo la trasformazione delle attività Eniscuola, il sito si è aperto a tematiche diverse: è diventato un hub per l'offerta di corsi sulla didattica innovativa e multimediale indirizzati agli insegnanti di scuola primaria e secondaria, corsi organizzati da Eniscuola e tenuti da docenti selezionati.

La proposta formativa è variegata: valutazione per competenze, didattica multimediale, progettazione di moduli sull'educazione ambientale, laboratori di musica, teatro e arte, approfondimenti sulle soft skills, sono solo alcuni degli esempi. Infine, il sito è anche vetrina dei diversi progetti sviluppati da Eniscuola sul territorio, progetti di diversa natura e scopo che coinvolgono le scuole in attività strutturate e concrete che si sviluppano nel corso dell'anno scolastico.

L'efficienza energetica, la sicurezza informatica e i pericoli sul web, la creazione di una web radio, la realizzazione di video documentari sono solo alcuni dei temi affrontati nell'arco degli anni.

Per il futuro il sito riserva ancora molte sorprese e novità, mantenendo fermo l'obiettivo di continuare ad informare in maniera puntuale ed efficace su energia e ambiente.

### Essere inclusiv\*

di Gabriela Jacomella

Giornalista e scrittrice

Per secoli, o forse sarebbe più accurato dire per millenni, la società globale è stata dominata da una narrazione collettiva intrisa di disuguaglianze e costruita su meccanismi di esclusione. Dal sessismo al razzismo, dall'abilismo ad altre forme di discriminazione, la presunzione di superiorità - di una persona rispetto a un'altra, e prima ancora di un gruppo nei confronti di un altro gruppo - ha radicato e istituzionalizzato pregiudizi e disuguaglianze di lunga data nelle comunità, nelle economie e nelle società di tutto il mondo. Con tutta probabilità non ci serve andar molto lontano per scovarne un esempio, che si tratti di un episodio del nostro quotidiano o di una notizia assurda alle cronache mediatiche, oppure ancora, un post o un commento sui social che consultiamo ogni mattina venendo a scuola.

Fortunatamente si tratta di un fenomeno di cui, rispetto a qualche anno fa, si prende sempre più atto: è come se avessimo sviluppato una sensibilità particolare, delle "vibrisse" come quelle dei gatti, organi sensoriali allenati a captare storture di linguaggio, visione, interpretazione, azione legate appunto a strategie (coscienti o meno) che escludono e non includono, che isolano le differenze senza valorizzarle, che giocano sul dominio della maggioranza e vittimizzano le minoranze, in qualunque campo esse si collochino. È con ogni probabilità capitato a ciascun\* di noi di essere testimon\* o addirittura subire un processo di esclusione, di trovarci in una situazione in cui la nostra diversità - in ogni sua accezione possibile - si era trasformata in fattore negativo.

Oggi, lo abbiamo detto, ci troviamo di fronte a una sempre maggior presa di coscienza collettiva rispetto a tutte quelle sfaccettature e sfumature che compongono la nostra realtà, trasformandola, ad uno sguardo attento, in un mosaico di sensazioni, percezioni, pensieri, visioni, modi di essere e di porsi rispetto alla vita e all'esistenza. Questo quadro complesso è ritratto in maniera sempre più accurata da canzoni, film, libri, videogames, nonché - ovviamente - dai media di tutto il mondo e a tutti i livelli di diffusione. Questa consapevolezza fa sì che si stia finalmente diffondendo un altrettanto crescente consenso sul fatto che il pianeta su cui viviamo debba evolversi verso una società globale basata su valori di uguaglianza, inclusione e rispetto per tutte e tutti.

Ma di cosa parliamo, nello specifico, quando utilizziamo il termine "diversity"? In italiano si traduce diversità, ma ormai siamo tutt\* abituat\* (come avrete notato, non a caso abbiamo scelto di utilizzare in questa scheda l'asterisco inclusivo, che abbraccia entrambi i generi "classici" così come le identità non binarie) a ricorrere alla terminologia anglosassone, e nello specifico al binomio *diversity&inclusion*, diversità e inclusione. O, meglio ancora, a un trinomio: *diversity, equity, inclusion*.



Con *diversity* ci riferiamo, in generale, alla presenza all'interno di un'organizzazione - un istituto, un'azienda, un ente pubblico - di una varietà, che sia in termini di identità (genere, cultura, etnia, religione, disabilità, classe sociale...), età o opinioni. Nell'economia globale di oggi è essenziale - anche sotto il profilo dei risultati: varietà di persone equivale a varietà di idee e di competenze! - che i luoghi di lavoro e gli ambienti educativi abbiano un'atmosfera diversificata e inclusiva. La diversità, infatti, non è semplicemente vantaggiosa in termini dell'apporto fornito da dipendenti e studenti provenienti da contesti diversi, ma offre anche opportunità di maggiore creatività e forza intellettuale. In aula assistiamo allo stesso tipo di dinamica: se un\* insegnante si impegna nel creare un ambiente educativo che celebra la diversità, nelle conversazioni e nei progetti comuni confluiranno le prospettive ed esperienze di tutt\*, arricchendo l'esperienza e la visione di ciascun\*. Ad esempio, si può proporre un progetto di gruppo in cui l\* student\* debbano approcciare un problema in relazione a più punti di vista, e a partire ciascun\* dalle proprie esperienze e provenienze (familiari, sociali, culturali, linguistiche, religiose, etc.). Una miriade di prospettive convergeranno quindi su un unico punto focale, convivendo l'una con l'altra, confrontandosi ed esplorandosi, per arrivare a comprendere quanto siano state plasmate dalla nostra cultura ed educazione individuale. E chissà, proprio su quel tema in apparenza così controverso ci troveremo a scoprire sfumature di senso diverse e mai contemplate, oppure a comprendere (anche se non necessariamente condividere) interpretazioni e letture diametralmente opposte alle nostre.

Lavorare sulle diversità significa anche prendere atto di come queste possano influire sulle nostre aspettative e sul ruolo che la società circostante è disposta a riconoscerci. E, partendo da qui, rimboccarsi le maniche e agire.

Con il concetto di equità o giustizia sociale, infatti, spostiamo il focus su altri aspetti: l'attenzione alle disparità sociali, l'assegnazione di risorse o di capacità decisionale anche a gruppi storicamente svantaggiati - oppure, più prosaicamente (ma con pari importanza), la garanzia di un equo compenso. Fa parte di questo panorama, pre fare un esempio, la lotta contro il gender gap, un tema che in Italia è sentito in maniera molto forte e di cui tendiamo ahimè ad accorgerci solo una volta compiuti i primi passi nel mondo del lavoro: secondo i dati Istat, il primo scoglio sta addirittura alle porte del medesimo, se è vero che nel nostro Paese l'occupazione è sì cresciuta, ma non nello stesso modo per uomini e donne. Scriveva in occasione dell'8 marzo il Sole24Ore:

...in un mercato del lavoro che secondo le statistiche è il migliore da trent'anni (o da sempre), le italiane arrancano, ancora, ben più di un passo indietro rispetto alla media europea. Le occupate sono arrivate sì a 9,87 milioni (più dei 9,77 milioni del 2019, recuperando lo shock del Covid), ma sono soltanto il 51,9% delle donne tra i 15 e i 64 anni, contro il 69,7% degli uomini. Con grandi differenze territoriali da Nord a Sud.

Il tasso di occupazione femminile è sicuramente migliorato rispetto alla fase più acuta della pandemia, quando era calato nuovamente sotto la soglia del 50%, ma comunque è ancora sideralmente distante sia dal 62,7% della media europea

sia dalla soglia del 60% che secondo la Strategia di Lisbona avremmo dovuto raggiungere entro il 2010. Oggi come allora, l'obiettivo di sei occupate su dieci continua ad apparire un miraggio. In alcuni territori del Mezzogiorno addirittura un'utopia. «Il 51,9% è un dato in crescita certamente positivo», commenta Linda Laura Sabbadini (Istat), chair del W20 2021 in Italia, appena rientrata dal W20 in India, il gruppo del G20 sulla parità di genere. «Ma attenzione. Nel gennaio 2004 il tasso di occupazione femminile era al 45,1%. Ci rendiamo conto che sono passati 19 anni? Neanche 7 punti in più. No a facili entusiasmi. Abbiamo ancora troppa strada da fare per considerarci soddisfatti»<sup>1</sup>.

Non è dunque un caso se tra i fronti aperti nella lotta per l'uguaglianza, quello che riguarda la parità di genere rappresenta da tempo una chiamata all'azione per coloro che cercano di creare un mondo più giusto e più equo. A livello globale, il raggiungimento dell'uguaglianza di genere e dell'emancipazione di tutte le donne e le ragazze rappresenta uno dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile che gli Stati si sono impegnati a raggiungere entro il 2030. Qualche dato, ancora, per aiutarci a capire la questione nella sua concretezza: l'Italia si piazza al 14mo posto in Europa per l'uguaglianza tra i generi (nel report 2023 del Global Gender Gap, stilato dal World Economic Forum, è scivolata di 13 posizioni, collocandosi al 79esimo posto su 146 Paesi<sup>2</sup>), e soltanto il 28% dei manager nel nostro Paese è donna. Una percentuale che scende di 9 punti se prendiamo in considerazione solo chi ha un contratto dirigenziale. Certo, un miglioramento possiamo registrarlo, perché i tempi per fortuna cambiano anche da noi: ma è dello 0.3% annuo. Di questo passo, si calcola che la parità di genere effettiva sul territorio italiano la potremmo raggiungere tra un'ottantina di anni. Siamo dispost\* ad aspettare?

Un altro pilastro dell'uguaglianza, e quindi della costruzione di una cultura basata su diversità e inclusione, è il multiculturalismo. Che è presente - o dovrebbe esserlo - anche nei testi e nei programmi scolastici, con l'inserimento di riferimenti, brani, libri, film, conversazioni e nozioni che esplorano culture e fedi diverse, con le loro rispettive visioni del mondo, della spiritualità, della Storia. Sempre, ovviamente, nel rispetto della realtà fattuale e dei dati storico-scientifici. Come è evidente a tutt\*, il multiculturalismo è ormai dato di fatto nella totalità dei Paesi europei e non solo; quello che serve è lavorare per l'inteculturalità. Se il primo è, semplicemente, il risultato di flussi migratori e di incontri tra le culture, lungo tutto l'arco della nostra storia, l'inteculturalità è qualcosa di più. È il frutto di un processo educativo intenzionale, in cui si lavora per mettere a confronto il pensiero, i concetti e i preconcetti di cui tutt\* siamo portator\*, e che ci derivano dalle rispettive culture di provenienza, ponendo al centro il sogget-

---

1 <https://www.ilsole24ore.com/art/il-lavoro-resta-grande-tradimento-la-questione-femminile-italia-AEiqrsC>

2 Potete consultare l'intero report (o anche solo la sezione dedicata all'Italia) sul sito del World Economic Forum, [https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2023/?gclid=Cj0KCQjwzdOIBhCNARIsAPMwjbxFZhpLTHYk4XeCvu-ShWWCorp28iY9nQikQ58cFbJXuNCFuO\\_vOPAaAt70EALw\\_wcB](https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2023/?gclid=Cj0KCQjwzdOIBhCNARIsAPMwjbxFZhpLTHYk4XeCvu-ShWWCorp28iY9nQikQ58cFbJXuNCFuO_vOPAaAt70EALw_wcB)

to nella sua interezza, con i suoi diritti e le sue specificità. Tra quest'ultime non possiamo dimenticare le disabilità di ogni tipo, con le loro sfide e le conseguenti discriminazioni, anche involontarie, quelle che oggi vengono riconosciute con il termine di "abilismo".

La lotta contro l'abilismo - di cui ad esempio sono portavoce straordinarie e provocatorie le Witty Wheels<sup>3</sup> - vuole far sì che la disabilità non venga più ritenuta una mera condizione medica, bensì una forma di identità sociale e politica.

Un altro tassello del mosaico della *diversity*, dunque.

Infine, l'inclusione: è fondamentale che all'interno di una specifica cultura organizzativa, o di un contesto sociale, tutt\* abbiano la certezza di poter far sentire la propria voce, di appartenere, di essere integrat\* nel gruppo.

Gli studi hanno costantemente dimostrato che ambienti di lavoro diversificati e inclusivi creano livelli più elevati di produttività, innovazione, creatività e collaborazione, tutti elementi essenziali per il successo nei mercati internazionali di oggi. Ciò richiede una maggiore attenzione alle pratiche di reclutamento e assunzione, l'offerta di formazione in materia di diversità e inclusione e la messa a disposizione dei dipendenti di risorse per sviluppare una maggiore consapevolezza della diversità all'interno del luogo di lavoro. Secondo gli studi più recenti, le imprese in cui le pratiche di *diversity management* sono state inserite e applicate con costanza risultano più aperte all'innovazione, hanno fatturato maggiori grazie a prodotti e servizi più d'avanguardia, e migliorano in generale la performance di gruppo.

Per non parlare della reputazione esterna, della capacità di attrarre e trattenerne i talenti, della creatività. Inoltre, un gruppo ad alto tasso di *diversity* - se questa viene gestita nel modo corretto, valorizzandola - è anche più resiliente: un team diverso e inclusivo reagisce più in fretta, condividendo soluzioni innovative e destinate a lasciare il segno per chi verrà<sup>4</sup>.

Essere inclusiv\* significa saper mettere a disposizione di tutt\* il potenziale di ogni singol\* componente del gruppo, componendo quel mosaico di idee, competenze, conoscenze, sensibilità che sarà in grado di portarci verso risultati migliori (se a scuola o in azienda), e soprattutto, verso una società migliore.

Insomma, il trinomio *diversity-equity-inclusion* paga in ogni aspetto e momento del nostro essere social\*, dalla famiglia alla scuola al tempo libero al lavoro.

Farsene portavoce diventa fondamentale, come hanno fatto in tant\* prima di noi - e continuano a fare - scegliendo di volta in volta il tassello del mosaico da valorizzare, da difendere, con cui schierarsi e lottare. Possiamo scegliere di farlo a partire dalle nostre diversità individuali (tutt\* noi possiamo essere portator\* sanissim\* di diversità) o trasformandoci in alleat\* di chi queste battaglie le combatte ogni giorno, da tutta la vita.

---

3 <http://wittywheels.it/blog/>

4 Per una sintesi sugli studi scientifici e gli approfondimenti sul diversity management, vedi Bona M., Mitterhofer J., Wisthaler V., La diversità paga – Il diversity management in provincia di Bolzano, 2023, [https://webassets.eurac.edu/31538/1674473720-diversity-management-report\\_it\\_web.pdf](https://webassets.eurac.edu/31538/1674473720-diversity-management-report_it_web.pdf)

Possiamo farlo a partire dalle notizie che leggiamo sui quotidiani, come nel progetto di cui fate parte, per cercarne le radici nella Storia, o nelle storie, che ci circondano.

Parlare di diritti e diversità, ad esempio, ci riporta dritto al movimento per i diritti civili nato nella seconda metà del XX secolo, negli Stati Uniti, oggi considerato una pietra miliare nella lotta per la *diversity*. Dopo oltre un secolo di discriminazioni e oppressioni, il movimento - grazie alla guida di leader e activist\* come Rosa Parks, Martin Luther King, Maya Angelou, Malcolm X - ha saputo esporre le ingiustizie che colpivano la comunità afroamericana, riuscendo a distruggere il muro della segregazione razziale e ispirando altr\* in tutto il pianeta a lottare per i propri diritti. All'incirca nello stesso periodo abbiamo assistito al consolidarsi del fronte femminista, che si è battuto per una maggiore rappresentanza e dignità delle donne - dal diritto all'istruzione a quello al voto (se vi sembra una richiesta scontata, ricordiamoci sempre che nella vicina Svizzera il suffragio universale è diventato realtà soltanto nel 1971 - e agli inizi, soltanto a livello federale!), dal diritto di famiglia (in Italia dobbiamo alle femministe l'introduzione della legge sul divorzio, nel 1978, e poco prima il riconoscimento della parità di genere dentro il matrimonio, con la fine del dominio legale del marito, e molto altro ancora) alla definizione del reato di stupro (sempre in Italia, solo nel 1996 si riesce a modificarne la classificazione, da reato contro la morale a crimine penale contro la persona), fino al gender gap e, oggi, alle lotte del femminismo intersezionale, che inserisce le battaglie contro la violenza sulle donne nell'orizzonte più ampio della difesa dei diritti di tutt\*, e cioè di ogni categoria discriminata, esclusa, a rischio di subire violenza.

La diversità è un valore difeso, oggi, da un'alleanza trasversale che vede schierarsi fianco a fianco il movimento per i diritti LGBTQ+ e quello antirazzista, quello femminista e quello per i diritti al lavoro, alla casa, alla salute, e via dicendo. La lotta per l'uguaglianza ha attraversato diverse generazioni, che hanno combattuto su molti fronti. Abbiamo fatto molta strada, questo è vero, ma ancora tanta ne resta da fare. La speranza è che da questo progetto nascano germogli di consapevolezza che possano diventare una spinta per riflettere e agire insieme, nel presente e nel futuro.



## Iniziativa speciale

# **Educazione alla conoscenza del giornalismo televivo attraverso il ruolo del Servizio Pubblico**

Promossa in collaborazione con

# **Rai**

L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori, in collaborazione con Rai, realizza, per l'anno scolastico 2023-2024, l'undicesima edizione dell'iniziativa speciale "Educazione alla conoscenza del giornalismo televisivo, attraverso il ruolo del servizio pubblico", rivolta a tutti i docenti e agli studenti delle classi che partecipano al progetto "Il Quotidiano in Classe".

Questa collaborazione nasce del comune intento di promuovere nella scuola un progetto dedicato alla cultura dell'informazione di qualità, che insegni ai ragazzi a riconoscerla indipendentemente dai mezzi che la veicolano.

La scuola oggi è chiamata a educare le giovani generazioni, ma educare non è solo didattica o solo tecnica, né solo dare regole e dire cosa è giusto o cosa non lo è. Educare è rispondere alla domanda di senso che nasce da un incontro con la realtà. Una realtà che sembra essere sempre più complessa e sempre più difficile da conoscere, da capire, da valutare.

L'obiettivo dell'iniziativa speciale è quello di offrire alle classi iscritte la possibilità di vivere una lezione in grado di mettere a confronto l'informazione cartacea e quella televisiva.

Gli alunni sono infatti invitati a seguire la sera il telegiornale e la mattina dopo a leggere i quotidiani, così da completare la lezione ed il percorso di apprendimento in modo più libero e con l'utilizzo anche di un media più emozionale come la TV.

Grazie all'ampliamento dell'offerta informativa, i ragazzi hanno la possibilità di confrontare modi e forme differenti di fare giornalismo e di riflettere su come si fa il giornalismo in TV e su come questo cambia rispetto a quello dei quotidiani, su come si legge una notizia per immagini e come si danno le notizie in video.

Si compie così una comparazione quotidiana tra giornali e telegiornale, insieme alla condivisione di uno sguardo sulle tematiche più attuali all'interno dell'offerta televisiva, radiofonica e multimediale, un processo con al centro i giovani, reso più completo dai materiali formativi dedicati a questa attività, messi a punto per l'occasione e pensati per sostenere i docenti in questa sfida.

La partnership tra Rai e l'Osservatorio Permanente Giovani-Editori, attraverso la progettazione di schede didattiche su cui sviluppare un ragionamento condiviso in classe, consente a docenti e studenti che aderiscono al progetto di confrontarsi edizione dopo edizione su tematiche funzionali allo sviluppo di una coscienza critica verso la realtà che ci circonda.

### **Educazione alla conoscenza del giornalismo televisivo attraverso il ruolo del Servizio Pubblico**

di Annarita Di Battista

**Personal Coaching, Corporate Coaching, Small Business Coaching**

La partnership tra Rai e l'Osservatorio Permanente Giovani-Editori consente da anni a docenti e studenti che aderiscono al progetto "Il Quotidiano di Classe" di integrare l'utilizzo dei tradizionali mezzi di comunicazione con i media più innovativi e multicanali, al fine di generare riflessioni e confronto, edizione dopo edizione, su tematiche funzionali allo sviluppo di una coscienza critica verso la realtà che ci circonda.

Il progetto ha lo scopo principale di creare un ponte tra il contesto contemporaneo e l'educazione alla conoscenza. Il giornale rischia ormai di diventare una fonte di informazione in disuso, soprattutto tra i più giovani, che cercano strumenti più immediati e diretti. I quotidiani devono competere con l'offerta infinita di informazioni presenti in rete, soprattutto in formato multimediale, linguaggio più vicino all'attuale stile comunicativo, ma confrontare le informazioni che ci vengono fornite e le diverse fonti è fondamentale per sviluppare una mente critica consapevole.

Il giornale, anche digitale, dovrebbe essere utilizzato per l'insegnamento dell'educazione civica. Potrebbe essere molto utile per la creazione di un compito di realtà, cioè una situazione-problema, quanto più possibile vicina al mondo reale, da risolvere utilizzando conoscenze e abilità già acquisite, mettendo in pratica capacità di problem-solving e diverse abilità in contesti sociali connessi direttamente con il mondo reale e un'esplicita significatività per gli alunni.

L'impegno di lavoro richiesto deve collocarsi nella *zona di sviluppo prossimale* di ciascuno, in cui non si «conosce ancora bene» la situazione ma si possiedono tutti gli strumenti cognitivi per affrontarla e risolverla in virtù del supporto di altre persone, anche pari, dotato di competenze superiori a chi deve apprendere.

Questo ruolo di supporto è stato elaborato anche da Bruner e definito *scaffolding* (struttura). Questi principi sono fondamentali per l'efficacia delle attività didattiche proposte.

Infatti, l'apprendimento innovativo non è "soltanto un processo individuale. Come esperienza sociale, esso richiede apprendimento con e grazie agli altri, attraverso discussioni e dibattiti sia con i coetanei sia con gli insegnanti"<sup>1</sup>.

Tutti i contenuti mediatici non hanno un predeterminato scopo educativo, ma - come per ogni strumento - è necessaria una progettazione per utilizzarli in modo efficace e favorire l'apprendimento e la diffusione di valori.

Solo in questo modo l'uso dei media consente di esplorare approcci alternativi all'educazione per tutto l'arco della vita, che è "un'esperienza che si matura di giorno in giorno, sottolineata da periodi d'intenso sforzo per capire dati e fatti

---

1 Ripensare l'educazione verso un bene comune globale? <https://www.sustainabledevelopment.school.it/wp-content/uploads/2019/07/ripensare-leducazione-unesco.pdf>



complessi, ed è il risultato di una dialettica multidimensionale” e “produce la gioia della scoperta”<sup>2</sup>.

L'educazione può essere in grado anche di “sviluppare nei giovani una informazione e comprensione critica circa la natura e le categorie dei media, le tecniche da loro impiegate per costruire messaggi e produrre senso, i generi e i linguaggi specifici”<sup>3</sup>, intendendo i media “non solo come strumenti, ma come linguaggio e cultura”.

La codifica e decodifica attraverso le immagini permette, inoltre, l'interazione tra il cervello emozionale e cognitivo, analitico e creativo, auspicata oggi dalle neuroscienze. Il progresso ha messo a disposizione immagini sempre più complesse, fino ad arrivare a prodotti multimediali e addirittura esperienze di realtà aumentata.

Il materiale televisivo svolge facilmente questa funzione di strumento mediatore di codifica e decodifica del vivere sociale.

Alcuni dei punti cardine su cui il Servizio Pubblico è costantemente impegnato e su cui orienta i progetti futuri, saranno oggetto delle cinque schede didattiche su cui studenti e docenti svilupperanno percorsi formativi di analisi del linguaggio radiotelevisivo. I temi approfonditi sono:

- RaiPlay Sound: nuove forme di ascolto
- L'impegno della Rai contro la diffusione delle FAKE NEWS,
- Algoritmi (etici) di Servizio Pubblico,
- No Women No Panel: cultura di genere e delle pari opportunità
- Coesione sociale

Ogni scheda è un'opportunità di esplorare l'enorme patrimonio dei contenuti resi disponibili dalla Rai, anche in un momento successivo alla trasmissione programmata. Questo progetto non vuole fornire delle risposte unidirezionali ma vuole essere un'occasione per stimolare ulteriori domande, ampliare i punti di vista sulla base di un approccio interdisciplinare e trovare nuovi significati.

Con la scheda **RaiPlay Sound: nuove forme di ascolto** - *“La musica, la voce, i racconti: sono loro a renderci umani”* viene esplorata tale piattaforma.

Rai si occupa da sempre di diversificare la sua offerta intrecciando i vari canali mediatici, tra cui la radio, che occupa una posizione rilevante con le trasmissioni radio preferite e una serie di podcast “originali” prodotti per RaiPlay Sound, tutto disponibile on demand e off line, con un'attenzione particolare anche alla caratterizzazione territoriale. Con l'integrazione di tale piattaforma nei suoi canali, la Rai cerca di creare quel tipo di narrazione che Henry Jenkins, un teorico della rivoluzione digitale, definisce *transmediale* per la sua capacità di snodarsi su più prodotti mediati.

La sfida dell'attuale contesto culturale e sociale per il Servizio Pubblico è innovare,

---

2 Rapporto all'UNESCO della Commissione Internazionale sull'Educazione per il Ventunesimo Secolo, Jacques Delors - Armando Editore, 1997

3 <https://www.medmediaeducation.it/cosa-e-la-media-education/>

avvicinarsi a nuovi target, parlare ai più giovani grazie alla sperimentazione di nuovi linguaggi in grado di giocare, inventare, divulgare e intrattenere attraverso formati testuali, visivi e non solo che pongano al loro centro il contenuto e nuovi modi di raccontare.

L'esperienza dell'ascolto, infatti, cambia sulla base delle esperienze precedenti e delle credenze costruite da ciascuno nella propria umana unicità e, in modo predominante negli ultimi anni, anche sulla base della tecnologia di cui si dispone.

**L'impegno della Rai contro la diffusione delle FAKE NEWS** è la scheda che mette in luce una delle principali vocazioni del servizio pubblico: l'informazione e la lotta alla disinformazione.

La letteratura scientifica preferisce parlare di *information disorder*, ovvero disordine informativo, perché oltre alle fake news, ovvero notizie palesemente false, esiste un universo di informazioni parzialmente inesatte. Sono tre gli ambiti applicativi dell'*information disorder*: il primo è relativo alla *disinformation*, termine con il quale ci si riferisce a informazioni condivise intenzionalmente per creare danno a qualcuno; il secondo ambito è quello della *misinformation*, ovvero il caso di utenti inconsapevoli di pubblicare contenuti falsi che partecipano alla creazione o al potenziamento del disordine informativo; l'ultimo ambito è quello della *malinformation*, che si verifica quando informazioni autentiche vengono diffuse per creare danni.

La Rai è impegnata contemporaneamente su due traiettorie parallele: da una parte la *media literacy*, a beneficio di un pubblico non sempre dotato di conoscenze e competenze digitali, dall'altra la formazione interna dei giornalisti impegnati sia nelle testate sia nei programmi di approfondimento o di infotainment.

È, infatti, convinzione di Rai, nel suo ruolo di servizio pubblico radiotelevisivo, che soltanto con la costruzione di conoscenza e consapevolezza si possa combattere il fenomeno dell'*information disorder*.

La scheda **Algoritmi di Servizio Pubblico** si focalizza sui sistemi di raccomandazione e gestione dei dati personali sulla cui eticità la Rai, in linea con la mission di un media di Servizio Pubblico, si interroga, cercando il giusto equilibrio tra:

- ampliare e consolidare il rapporto con i nuovi pubblici, che non solo si muovono in un ambiente sempre più competitivo, ma esigono modalità di fruizione più attive e personalizzate,
- inserire nella dieta mediatica contenuti diversificati, una informazione affidabile e strumenti di trasparenza e costruzione di competenze.
- Infatti, gli algoritmi di raccomandazione, utilizzati dalle piattaforme Social e dalle nuove piattaforme multimediali come sistemi di engagement, rischiano di promuovere solo contenuti popolari che ricevono un'alta valutazione e di influenzare così gli altri utenti, con il risultato di diminuire varietà e qualità dei contenuti consumati. Il compito di un sistema di raccomandazione «pubblico» dovrebbe essere, allora, come si sta sperimentando in molti broadcaster pubblici europei, quello di stimolare il consumo di generi e informazioni diversificate, definendo inoltre soluzioni di gestione dei dati che proteggano gli utenti da possibili rischi e forniscano, anche, strumenti di alfabetizzazione

digitale.

La rete e i Social sono un ambito complesso in cui intervenire, ma il Servizio Pubblico non intende eludere il suo compito di promuovere e applicare i valori democratici<sup>4</sup> e promuovere, in linea con la propria mission, la qualità dell'informazione e la promozione di utenti sempre più consapevoli delle proprie scelte.

La scheda **No Women No Panel: cultura di genere e delle pari opportunità** conferma l'impegno attivo del Servizio Pubblico di realizzare trasmissioni che comunichino e valorizzino una rappresentazione più moderna e non stereotipata delle donne e che sia in grado di raccontare la varietà dei ruoli assunti dalle donne nella società contemporanea. 'No Women No Panel' è l'iniziativa nata in seno alla Commissione europea con l'obiettivo di garantire una rappresentazione paritaria nei talk e nei dibattiti pubblici. La Presidente della Rai, Marinella Soldi, ha dichiarato: "La parità di genere è il risultato di un percorso: i cambiamenti culturali richiedono anni ed è importante agire subito, attraverso iniziative, come la campagna No Women No Panel, che valorizzino il merito delle donne e il valore aggiunto delle loro competenze, per rispondere più efficacemente alle sfide del presente"<sup>5</sup>. Già l'Agenda 2030<sup>6</sup> aveva incluso tra i principali obiettivi per creare una società sostenibile il raggiungimento della parità di genere e l'empowerment di tutte le donne e le ragazze entro il 2030.

Infine, la scheda sulla **Coesione sociale** si focalizza su uno degli obiettivi che il Servizio Pubblico continua a perseguire per la crescita della qualità della propria offerta complessiva, in conformità al Contratto di Servizio: diffondere le "buone pratiche" per rafforzare senso di comunità e inclusione.

La coesione sociale è uno dei capisaldi della sostenibilità nell'Agenda 2030<sup>7</sup>, programma europeo d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità. Per questo motivo sono stati stabiliti in tale programma i seguenti traguardi:

- ridurre le disuguaglianze, potenziando e promuovendo l'inclusione sociale, economica e politica di tutti, a prescindere da età, sesso, disabilità, razza, etnia, origine, religione, status economico o altro,
- rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sosteni-

---

4 Da "La strategia della persuasione. Comunicazione e media nell'era della post-verità" a cura di Claudio Melchior, Andrea Romoli Ed. Franco Angeli, in particolare riflessioni di Vittorio Di Trapani in 'Informazione, Costituzione e libertà'.

5 No Women No Panel: Quando le donne contano - RAI Ufficio Stampa <https://www.rai.it/ufficiostampa/assets/template/us-articolo.html?ssiPath=/articoli/2023/05/No-Women-No-Panel-Quando-le-donne-contano-333edcf9-b0d3-4648-957c-a9772c3ac218-ssi.html>

6 Sottoscritta il 25 settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri delle Nazioni Unite, e approvata dall'Assemblea Generale dell'ONU, l'Agenda è costituita da 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile – Sustainable Development Goals, SDGs – inquadrati all'interno di un programma d'azione più vasto costituito da 169 target o traguardi, ad essi associati, da raggiungere in ambito ambientale, economico, sociale e istituzionale entro il 2030.

7 V. nota 6

bili,

- migliorare i trasporti e l'urbanizzazione, rispettando il patrimonio culturale e naturale, la sicurezza e l'impatto ambientale ed economico,
- fornire l'accesso universale a spazi verdi pubblici sicuri, inclusivi e accessibili, in particolare per le donne e i bambini, gli anziani e le persone con disabilità.

Nella stessa ottica il Servizio Pubblico radiotelevisivo e multimediale ha assunto l'impegno di promuovere la coesione delle comunità e del Paese, parlando alle diverse componenti della società e stimolando la partecipazione attiva e consapevole alla vita delle istituzioni nazionali, europee ed internazionali. La Rai si adopera, infatti, a raggiungere i diversi pubblici attraverso una varietà della programmazione, con particolare attenzione alle offerte che favoriscano la cultura della coesione sociale e l'attenzione a tutte le tematiche sociali, riguardanti anche i ragazzi. Si è anche impegnata concretamente in campagne di raccolta fondi e nell'alfabetizzazione digitale e la sua offerta è strutturata in modo da garantire l'accessibilità anche ai cittadini con disabilità ipo-sensoriali e contemplare l'inclusione.





# Iniziativa speciale **Educare alla corretta informazione nutrizionale e alla sostenibilità delle filieri alimentari**

Promossa in collaborazione con

## **FERRERO**

L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori, realizza, per l'anno scolastico 2023-2024, l'ottava edizione dell'iniziativa speciale promossa con Ferrero che, come avvenuto lo scorso anno, affiancherà ai temi consolidati della corretta informazione in ambito nutrizionale, il tema della sostenibilità - ambientale, sociale ed economica - delle filiere alimentari, sempre più sotto pressione a livello globale, cruciale per il futuro del nostro pianeta. L'iniziativa è rivolta a tutti i docenti e agli studenti delle classi che partecipano al progetto "Il Quotidiano in Classe".

Questa collaborazione nasce con l'obiettivo di offrire agli studenti spunti e chiavi di lettura utili a prendere coscienza dell'importanza del ruolo attivo e collaborativo dell'individuo, attore chiave verso una transizione sostenibile del food system. Un cammino pensato per i giovani che rappresenti un'occasione di confronto, di studio e di dialogo e che, grazie ad un programma di formazione e di educazione realizzato ad hoc, aiuti a rappresentare il tema della sostenibilità in ambito alimentare non in termini assoluti ma relativi, basato su evidenze scientifiche e con una visione di lungo periodo.

Attraverso questa iniziativa, l'Osservatorio e Ferrero potranno ancora una volta contribuire a promuovere un percorso educativo dedicato alle scuole, ma che vedrà coinvolti anche tutti gli attori principali, il mondo dei media e gli stakeholder tecnici, attori protagonisti del mondo dell'educazione, dell'informazione e della sostenibilità. I docenti interessati a questa nuova iniziativa speciale avranno a disposizione gratuitamente materiali formativi pensati per supportare l'attività in aula e per aiutare gli studenti a condurre un lavoro di ricerca, selezione e confronto delle notizie, educandoli così a riconoscere contributi imparziali, accurati e chiari.

### Tra emotività e razionalità

di Pierangelo Soldavini

Vicecaporedattore di Nòva, già giornalista del Sole 24ORE nelle redazioni di Esteri e Finanza internazionale

#### ■ C'è sostenibilità e sostenibilità

Alzi la mano chi ritiene che la sostenibilità non sia uno degli snodi fondamentali per il futuro dell'umanità. Ebbene sì, siamo tutti d'accordo: il mondo si trova sull'orlo di un precipizio da cui è difficile riemergere e deve passare immediatamente all'azione per evitare che l'ecosistema globale sia irrimediabilmente compromesso. Ce ne stiamo rendendo conto concretamente anche noi italiani.

Se anche potevamo avere qualche dubbio che la pandemia del Covid-19 fosse la conseguenza dell'attività umana che era andata a scombinare l'equilibrio naturale, negli ultimi anni abbiamo avuto dimostrazioni tangibili che l'ecosistema sta cambiando.

Siamo quindi consapevoli che bisogna passare all'azione per invertire questa tendenza che non possiamo permetterci di dichiarare irreversibile. A livello globale la consapevolezza di dover rimediare al progressivo riscaldamento globale dalla Rivoluzione industriale in poi ha portato alla sottoscrizione di impegni precisi per il contenimento del rialzo delle temperature nell'ambito del cosiddetto Accordo di Parigi.

In questo ambito gli obiettivi dell'Accordo puntano a:

- mantenere l'aumento della temperatura media mondiale al di sotto di 2° centigradi rispetto ai livelli preindustriali, possibilmente intensificando l'azione per limitare l'aumento a 1,5°, riconoscendo che ciò potrebbe ridurre in modo significativo i rischi e gli effetti dei cambiamenti climatici;
- aumentare la capacità di adattamento agli effetti negativi dei cambiamenti climatici e promuovere la resilienza climatica e lo sviluppo a basse emissioni di gas a effetto serra, con modalità che non mettano a repentaglio la produzione alimentare;
- rendere i flussi finanziari coerenti con un percorso che conduca a uno sviluppo a basse emissioni di gas a effetto serra e resiliente al clima.

Tutti d'accordo sugli obiettivi, ma poi quando si tratta di mettere mano alle azioni concrete per arrivare anche solo a una riduzione delle emissioni carboniche e a una situazione di "emissioni zero" per la metà del secolo le cose diventano più fumose. Anche i sottoscrittori dell'Accordo di Parigi che hanno iniziato a mettere nero su bianco i loro impegni, a partire dall'Unione europea, si sono scontrati con l'emergenza energetica e la necessità di tamponare al meglio le esigenze legate alla riduzione del flusso di gas in Europa. Facendo, per esempio, ricorso al vecchio carbone destinato all'abbandono anche laddove le centrali erano state ormai chiuse. D'altra parte, la sostenibilità è uno dei temi in cui maggiore è la distanza tra teoria e pratica, ma anche tra etica globale e personale.



Se infatti oggi la sostenibilità è uno dei temi più sentiti e condivisi da tutti, soprattutto dai più giovani che vedono in pericolo il loro futuro, tanto da arrivare a un generale consenso sulle linee generali per ridurre l'impatto ambientale antropico, ben più complesso è definire come metterle in pratica e chi deve farsene carico.

Governi e aziende sono chiamati a fare la loro parte, così come anche i singoli cittadini devono adottare comportamenti responsabili, ma troppo spesso anche i più convinti fautori di azioni virtuose fanno fatica a mantenere una coerenza di abitudini di risparmio delle risorse e riduzione dell'impatto delle nostre azioni.

Una rilevazione Wcwd segnala come siano in minoranza (42% a livello globale, il 36% in Italia) i consumatori che non sono preoccupati delle questioni ambientali e che non ne fanno un criterio di scelta dei loro acquisti.

Della restante quota il 20% (23% in Italia) son "eco-attivi": sono fortemente preoccupati, pronti all'azione e scelgono brand che fanno della sostenibilità una loro priorità. Era il 2020: con ogni probabilità la quota dei passivi è ulteriormente diminuita.

Allo stesso tempo solo il 23% dei consumatori è consapevole del forte strumento di pressione che ha in mano grazie alle proprie scelte di acquisto.

Il resto ritiene che la responsabilità si sposti su altri: il 39% considera responsabili le aziende produttrici, il 33% i Governi, il 4% i dettaglianti.

Insomma, siamo tutti d'accordo che si debba ridurre la mobilità basata su mezzi a combustione interna e di proprietà nelle città, ma poi il dato di fatto è che le auto private abbiano rappresentato il mezzo privilegiato all'indomani del lockdown pandemico per la mobilità urbana. Così, come abbiamo già evidenziato, il carbone rappresenta la soluzione più rapida per tamponare l'emergenza energetica.

Se ci pensiamo bene, quanti di noi nell'estate più secca degli ultimi decenni hanno modificato i loro comportamenti per ridurre il consumo idrico?

E quanti sono disposti a rinunciare all'aria condizionata o a ridurre di un paio di gradi la temperatura della propria casa o dell'ufficio durante l'inverno per fare fronte all'emergenza energetica (che peraltro potrebbe trasformarsi, al contrario, in un motivo contingente per rimettere in discussione le abitudini condivise)? Eppure, siamo ben consapevoli che piccoli comportamenti virtuosi possono avere grande impatto se adottati su larga scala.

Quello che è ormai chiaro è che la sostenibilità prescinde da soluzioni univoche e radicali, fondate sull'emozionalità di breve respiro, ma che deve fare i conti con comportamenti flessibili che vadano a perseguire gli obiettivi generali sulla base delle evidenze scientifiche e di una visione di lungo periodo che induca le persone a modificare i loro comportamenti in maniera in maniera strutturale.

## ■ **Sostenibilità a tutto tondo**

La sostenibilità non si può quindi "inventare". Il rischio che questo tipo di sensibilità si trasformi in operazioni al limite del "greenwashing", che si limitano a lavare la coscienza delle aziende senza però cambiare la sostanza dei fatti, è enorme. Come abbiamo visto, la sostenibilità non può limitarsi ad azioni legate all'ambiente e agli ecosistemi, ma riguarda un approccio complessivo basato sul rispetto

della Terra e delle persone, sulla base di visioni di lungo periodo che abilitino una trasformazione degli atteggiamenti e delle abitudini.

Non è un caso che i cosiddetti obiettivi Esg affianchino all'ambiente anche gli aspetti sociali e di governance delle attività. E che si tratti di obiettivi generali a cui adeguare le pratiche quotidiane.

In questo senso la sensibilità alla sostenibilità deve essere sviluppata dalle aziende in maniera olistica, in grado di coinvolgere tutti gli aspetti dell'attività, dalla catena di fornitura alla produzione, dalla presenza sul territorio all'organizzazione del lavoro. Oggi l'imprenditore non può più permettersi di ragionare unicamente in termini di profitto avendo come riferimento unico gli azionisti.

L'impresa è chiamata quindi a rendere conto a una platea ampliata di stakeholder che comprende gli azionisti, ma anche i dipendenti, i fornitori, gli enti locali, i territori, i consumatori. Il concetto stesso di profitto si è trasformato comprendendo oltre alla cosiddetta "ultima riga del bilancio" anche l'impatto sociale e ambientale dell'attività.

Ecco perché il management legato alla sostenibilità deve avere necessariamente un approccio multidisciplinare in grado di coinvolgere tutte le componenti e le divisioni dell'attività aziendale, con un focus specifico sull'impatto.

Per questo si stanno sviluppando attività consulenziali per le imprese incentrate su questi temi.

## ■ Il dibattito sulla plastica

Prendiamo un caso di cui si dibatte molto in questi anni per capire come il tema della sostenibilità non abbia risposte univoche. La plastica è senz'altro un materiale che, al pari di tanti altri, può avere un impatto devastante sulla Terra: è un materiale che disperso nell'ambiente richiede decenni per essere smaltito e anche nella forma di microgranuli viene assorbito da animali e pesci finendo poi nell'organismo umano.

Il tema della plastica è uno dei più dibattuti negli ultimi anni, dopo che si è scoperto che non solo ci sono accumuli di rifiuti galleggianti negli oceani, ma che microgranuli di plastica sono presenti anche nei pesci e, di conseguenza, rischiano di finire anche negli organismi umani. Allo stesso tempo il dibattito sulla sua sostenibilità finisce per spesso dominata dall'emotività.

Senz'altro la soluzione passa per una riduzione dell'utilizzo di questo materiale e dei rifiuti plastici, ma la soluzione del problema passa per un approccio più razionale che sappia coniugare l'apporto della tecnologia e dei nuovi materiali con l'atteggiamento responsabile di produttori e di consumatori.

Bisogna farci i conti, ma non possiamo limitarci e demonizzarla, perché il mondo è fatto di plastica e sarà sempre più così. Nell'ultimo mezzo secolo sono state prodotti nel mondo 8,3 miliardi di tonnellate di plastica insolubile e si stima che questa montagna possa crescere fino a 34 miliardi di tonnellate nel 2050.

Di questa massa solo il 9% è stato riciclato e il 12% bruciato nei termovalorizzatori. Il restante 79% è stato disperso nell'ambiente, in discarica o in mare.

Hai voglia a sognare un mondo senza plastica se questo materiale viene utilizzato in questo modo: qualsiasi altro materiale, alluminio o vetro, che fosse così diffuso

e abbandonato ovunque diventerebbe nemico giurato dell'ambiente. Inutile quindi pensare di non usare più la plastica.

Nel 2018 il Parlamento europeo ha approvato la messa al bando la plastica monouso, con l'intenzione di favorirne il riutilizzo e la circolarità. Tanto che grandi multinazionali responsabili di più di un quinto degli imballaggi a livello globale hanno aderito all'iniziativa della Ellen MacArthur Foundation, il pilastro dell'economia circolare, sotto l'egida delle Nazioni Unite.

Dal punto di vista del riciclo dei materiali di imballaggio, tra cui anche la plastica, l'Italia sta facendo notevoli progressi. Nel 2021 l'Italia ha avviato al riciclo più del 73% degli imballaggi immessi sul mercato, una quota che risulta superiore al 65% posto come obiettivo dall'Unione europea per il 2025. Sul totale di dieci milioni e mezzo di tonnellate di imballaggi riciclati, secondo i dati Conai, un milione e 250mila tonnellate è costituito da plastica e bioplastica.

Accanto ai due step della riduzione dell'uso e del riciclo-riutilizzo, la strategia per diminuire l'impatto della plastica a livello globale passa attraverso un miglioramento della sua qualità. Da una parte la strada è quella di studiare plastiche che possano fare a meno dei materiali fossili, mantenendo le stesse caratteristiche di robustezza e flessibilità.

La valorizzazione della qualità delle plastiche può anche andare a premiare un materiale già esistente come il Pet che per sua natura è riciclabile all'infinito e grazie alla sua resistenza può sostituire altri materiali di packaging come l'alluminio e il vetro. I fautori del Pet sottolineano che questo materiale è duraturo perché inerte all'attacco dei microrganismi e sicuro perché privo di Bpa (Bisfenolo A), sostanza ad alto rischio per l'essere umano associato alle plastiche. E ne sottolineano la capacità di alternativa più sostenibile rispetto ad altri materiali di packaging ritenute più sostenibili: la sua leggerezza implica meno utilizzo di risorse ed emissioni inferiori del 77% rispetto al vetro e un terzo di quelle dell'alluminio, con un tasso di riciclabilità che si aggira sul 90% contro il 60% circa del vetro (che peraltro si rompe più facilmente e finisce per diventare più pericoloso per l'ambiente) e meno del 50% per le lattine. Ma il Pet potrebbe essere ben meno impattante anche rispetto a materiali come il Tetra Pack, meno facile da riciclare e che quindi finisce in grandi proporzioni nelle discariche.

Il tema della plastica, estremamente complesso, risulta alla fine un paradigma della sostenibilità in generale, ambito in cui non si può prefigurare una soluzione unica e incontrovertibile perché si tratta sempre di ragionare sulla base delle evidenze scientifiche e in una logica di lungo periodo, senza integralismi preconetti.

Come indicano Massimo Marino e Carlo Alberto Pratesi nel libro "Il cibo perfetto", l'approccio alla plastica deve essere il più possibile oggettivo snodandosi attorno a "tre variabili:

1. indispensabilità, ossia quanto è realmente essenziale la sua funzione d'uso
2. riducibilità, ossia quanto è possibile ridurne le quantità utilizzate
3. sostituibilità, ossia quali alternative più ecologiche esistono effettivamente"

Il rischio è che si finisca per “investire nella ricerca di materiali alternativi alla plastica che comunque potrebbero avere un impatto non inferiore, senza aver fatto un’analisi dell’effettiva indispensabilità del prodotto e di tutti i possibili modi per ridurne la quantità. Considerato oltretutto che qualunque materiale, anche il più naturale, se immesso nel mercato in quantità rilevanti, produce impatti ambientali non sostenibili”.

Un approccio olistico che vale per la plastica, ma che può essere esteso anche a qualsiasi aspetto legato alla sostenibilità.

## ■ Spunti di dibattito e riflessione

- Cosa intendi per sostenibilità?
- Ci sono criteri e temi che sono imprescindibili nell’ambito della sostenibilità o tutto è soggetto alle flessibilità?
- In un mondo in cui la sensibilità alla crescita sostenibile aumenta come ci si può difendere dal “greenwashing”?
- C’è contraddizione tra sostenibilità e crescita economica?





# Iniziativa speciale Insieme facciamo la differenza

Promossa in collaborazione con



con il supporto di

**Yepp Italia**

**N**ell'anno scolastico 2023-2024 si terrà la prima edizione dell'iniziativa speciale "Insieme facciamo la differenza", promossa dall'Osservatorio Permanente Giovani-Editori e Fondazione Compagnia di San Paolo con il supporto dell'Associazione Yepp Italia: rivolta in via sperimentale ad una selezione di scuole della città di Torino.

Quando parliamo di cittadinanza europea, l'identificazione non è con un insieme di istituzioni ma con un insieme di valori: i valori della democrazia, dello stato di diritto e dei diritti umani.

Sono tre le crisi che hanno messo e stanno mettendo a rischio la tenuta dell'Unione europea: la crisi sanitaria, la crisi economica e sociale e la crisi dei valori fondamentali.

Per questo dobbiamo puntare ad una nuova centralità della persona: impegnarci per avere individui più responsabili, consapevoli, informati.

Il progetto avrà quindi l'obiettivo di stimolare la sensibilità dei ragazzi verso il rispetto dei diritti umani, che è alla base della democrazia, con un'esperienza che li coinvolgerà tanto sul piano conoscitivo e analitico quanto su quello relazionale e esperienziale; una proposta che trasmetterà specifiche competenze e che stimolerà l'attivazione dei giovani nella propria comunità attraverso una serie di materiali informativi e didattici ed incontri sul territorio con formatori ed esperti.

## **“Insieme facciamo la differenza”: un esercizio di cittadinanza attiva**

di **Gabriela Jacomella**

**Giornalista e scrittrice**

Sentirsi parte, essere parte. Due espressioni simili, affini, quasi sovrapponibili, che utilizziamo spesso per definire il nostro rapporto con il mondo. Tutti noi ci sentiamo parte di una cerchia di amici, del nostro nucleo familiare, di una società sportiva, oppure di realtà più astratte e non immediatamente concretizzabili: una fede, un fandom, un partito politico, una comunità linguistica, un'identità culturale. Possiamo però *sentirci* parte di tutte queste entità, senza *esserne* davvero parte costituente. Perché essere parte integrante di qualcosa significa contribuire alla sua vitalità, al suo mantenimento, alla sua coesione, al suo benessere. Un gruppo è tale soltanto in virtù del suo essere, insieme. Altrimenti il tutto si riduce a una semplice etichetta, a un riconoscere sé stessi senza riconoscere davvero le altre e gli altri, né tutto ciò che ci sta intorno, nella sua bellezza come nella sua problematicità.

In questa sottile differenza si cela il significato profondo del nuovo progetto che l'Osservatorio Permanente Giovani-Editori propone di concerto con Fondazione Compagnia di San Paolo e Yepp. “Insieme facciamo la differenza” è un proposito, ma anche uno slancio condiviso: non c'è un noi e un voi, né tantomeno un loro, bensì un “tutte e tutti”, una comunità che riflette e ragiona e discute e agisce per il bene collettivo, per rafforzare e promuovere il benessere individuale e della società. Si tratta di un progetto che parte dalle pagine dei quotidiani e dai banchi delle classi per poi uscire dall'aula, riversandosi nelle strade e nelle piazze, e da lì entrando in luoghi nuovi, aule “irregolari” e ribelli, sedi di realizzazione di sogni e utopie, lotte per i diritti umani e per la dignità, centri collettori di storie che verranno a loro volta raccolte, raccontate, e rilanciate proprio dai ragazzi e dalle ragazze che a questo progetto parteciperanno.

Abbiamo sentito ripetere molto spesso, fino alla saturazione e allo scoramento, quanto la pandemia e poi lo scatenarsi del conflitto in Ucraina abbiano messo a dura prova la nostra società globale, e quella europea e italiana nello specifico: in questi ultimi anni la sensazione diffusa è quella di uno sfilacciarsi ulteriore del tessuto sociale, e di una crisi profonda che ne ha intaccato la stabilità, sotto un profilo sia economico e politico che più prettamente di relazioni umane. Di fronte a questo molteplice attacco all'identità valoriale dell'Europa e del concetto di cittadinanza che ne costituisce il nucleo, l'unica risposta possibile è quella di rafforzare i legami che garantiscono l'esistenza stessa di una comunità portatrice di valori comuni - la democrazia, lo stato di diritto, i diritti umani.

Come si lavora, dunque, sulla tenuta di una comunità? A partire da chi più sta soffrendo questa perdita di terreno comune: le nuove generazioni. Sospese tra la paura del futuro e lo slancio del voler vivere appieno il proprio presente, tra il



desiderio di affermare la propria individualità e la necessità di immaginarsi parte integrante di una rete di relazioni, tra lo scoraggiamento di fronte alle emergenze globali e la voglia di rimboccarsi le maniche e scendere in campo in prima persona, sono loro le protagoniste di questo progetto. Una proposta che ha l'ambizione di creare un percorso collettivo costruito lungo tre passaggi chiave: l'emozione, l'informazione, l'azione. Su un filo conduttore centrale che si struttura intorno a un tema cruciale di questi anni, vale a dire il fenomeno migratorio nelle sue diverse accezioni (giovani e seconde generazioni, percorsi femminili, storia e geopolitica), si dipaneranno una serie di appuntamenti e di attività che accompagneranno le classi durante tutto l'anno scolastico.

È un progetto che non vuole dare risposte, bensì stimolare domande: sulla giustizia, sull'accoglienza, sulla tutela dei più deboli, sull'interculturalità, sulla coesistenza, sull'uguaglianza, ma anche sul timore dell'altro, sulle difficoltà del dialogo tra culture, sul razzismo, sulla discriminazione individuale e collettiva. Tutti temi che verranno declinati nella loro componente collettiva, ma anche di esperienza personale. Si partirà da una riflessione che tocca corde emotive diverse in ciascuno di noi, a partire dal nostro vissuto, per poi scoprirne il riscontro reale nel mondo che ci circonda con un lavoro nella "sala stampa" delle testate italiane e straniere, selezionando contenuti che ci aiutino a comprendere meglio - con il passaggio cruciale dall'emozionarsi all'informarsi, per formare un'opinione strutturata e consapevole - un fenomeno troppo spesso al centro di fake news e pregiudizi, analisi di parte e cronache parziali. Come nella tradizione del *Quotidiano in Classe* e dei progetti promossi dall'Osservatorio, l'obiettivo non è quello di dare letture preconfezionate, bensì di stimolare le ragazze e i ragazzi - sotto la guida di professoressa e professori - a cercare, individuare, trovare autonomamente un'informazione di qualità e verificata sul tema proposto, sviluppando una riflessione autonoma e un confronto che porti a un approfondimento e (chissà) un'evoluzione del pensiero di partenza.

Questo lavoro di "cittadinanza attiva" verrà coronato da un secondo passaggio, dall'informazione all'azione: grazie al supporto metodologico e strategico della Fondazione Compagnia di San Paolo e di Yepp, infatti, le classi che aderiranno a questa prima fase pilota del progetto potranno "incontrare il mondo", vale a dire le associazioni che nella realtà torinese lavorano a queste tematiche. Potranno visitarne le sedi, incontrarne i volontari e i beneficiari, documentarne l'attività con riprese, interviste, fotografie. Al termine dell'esperienza, un laboratorio in classe - con l'affiancamento di un esperto, come tutto il percorso fatto in precedenza - offrirà l'occasione per rielaborare, restituire e diffondere l'esperienza vissuta, coinvolgendo altre classi o l'intero istituto.

Ecco, quindi, il significato ultimo di questo nuovo progetto: se con *Il Quotidiano in Classe* apriamo una porta sul mondo, con *Insieme facciamo la differenza* scegliamo di varcarne la soglia e di "sporcarci le mani", non più come singoli ma come comunità, rete, famiglia. Un nuovo modo per sentirsi parte, ma soprattutto fare parte, di un percorso collettivo, che parte dal nostro vissuto presente per proiettarci verso il futuro.



# Iniziativa speciale **Shake the fake**

Promossa in collaborazione con



Fondazione  
Cassa di Risparmio  
di Padova e Rovigo

L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori, in collaborazione con la Fondazione Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo nell'ambito di "Attivamente 2023-2024 - Le iniziative della Fondazione per la scuola", realizza, per l'anno scolastico 2023-2024, la quinta edizione dell'iniziativa speciale "Shake the fake".

Il progetto si rivolge alle scuole delle province di Padova e Rovigo e vuole offrire ai partecipanti un cammino il cui obiettivo è formare cittadini sempre più attivi, responsabili, informati del proprio presente e padroni dei mezzi che hanno a disposizione. L'iniziativa punterà ad aprire una riflessione nelle classi intorno alla Rete, per imparare a conoscere, riconoscere e smascherare le *fake news*, in particolare quelle legate all'ambito ambientale.

Sul sito dell'Osservatorio sarà presentato il percorso che gli insegnanti saranno invitati a fare in classe, articolato in cinque lezioni: per ognuna di queste sarà predisposta un'apposita scheda didattica, elaborata dal pool di formatori dell'Osservatorio. L'offerta formativa sarà completata da un ciclo di lezioni con esperti che servirà per guidare gli insegnanti in questo compito così importante che li attende e per offrire un'occasione di confronto agli studenti coinvolti nell'iniziativa.

### La “green edition” del 2023/2024

di Alberto Frizzerin

Psicologo presso l'Università degli studi di Padova

Il progetto “Shake the Fake” si rivolge alle scuole secondarie superiori delle province di Padova e Rovigo e vuole offrire ai partecipanti un cammino formativo il cui obiettivo è formare studenti (e quindi cittadini) sempre più attivi, responsabili, informati nel proprio presente e padroni dei mezzi che hanno a disposizione. L'iniziativa punterà ad aprire una riflessione nelle classi intorno alla Rete, per imparare a conoscere, riconoscere e smascherare le fake news e soprattutto la disinformazione e la misinformazione, nonché il tema della comunicazione ambientale, sentito come cogente e legato alla vita quotidiana dei ragazzi così come al loro territorio.

In particolare, quest'anno si è proposto di approfondire i temi legati alla comunicazione e le tematiche ambientali, anche sulla scia degli ultimi eventi storici accaduti anche in Italia e delle ultime analisi della letteratura sociologica e scientifica. I ricercatori hanno rilevato che gli italiani dicono di non avere dubbi sul significato del termine fake news e di sapere che esistono.

Inoltre, quasi i tre quarti – il 73% – dichiarano di essere in grado di riconoscerle (percentuale che arriva quasi all'80% tra i più giovani).

La stessa fiducia non è però riposta nella capacità altrui: solo il 35% ritiene che le altre persone siano in grado di distinguere le notizie vere da quelle fasulle (è ciò che risulta da “Media e fake news”, il sondaggio realizzato da Ipsos (società multinazionale di ricerche di mercato e consulenza) per Idmo (Italian Digital Media Observatory). Il problema è che pur sapendo cosa siano, non sanno come differenziarle dalla disinformazione e dalla disinformazione; non sanno come approfondire le notizie; non sanno come affrontare la disinformazione.

Ecco che questo percorso è stato pensato per approfondire tutti questi aspetti e come le disinformazioni e la misinformazione, anche sui temi ambientali, siano presenti quasi ovunque, in particolare nei social così utilizzati dai nostri ragazzi come da noi adulti.

Ecco, perciò, la proposta di temi dell'iniziativa “Shake the Fake” per questo nuovo anno scolastico.

#### 1) Complessità della comunicazione e comunicazione ambientale

*La Comunicazione e l'Ambiente sono due tra i temi oggi più dibattuti e che riscuotono sicuramente un alto grado di interesse tra le persone e tra diverse categorie di esperti e professionisti che hanno a che fare con l'opinione pubblica, come entrare e saper gestire questa complessità?*

#### 2) Information disorder: quid est veritas?

*La diffusione di notizie false è un fenomeno che accompagna il mondo dell'informa-*

*zione da sempre, ma il peso che sta assumendo attualmente è travolgente perché rapida e dirimpente, ma c'è una differenza tra fake news, oramai abbastanza riconoscibili, e la misinformazione e disinformazione? Come cercare verità e cosa poter trovare nelle comunicazioni pubbliche sul tema ambientale.*

3) Comunicazione ambientale: la post verità, il contesto e gli strumenti  
*Esiste un carattere molto divisivo degli argomenti, che facilità un contesto di poca chiarezza e post-verità. Che strumenti possiamo utilizzare e mettere in atto?*

4) Che cosa ci dicono le scienze cognitive: percezione ambientale  
*Diverse sono le euristiche e le modalità con cui agiamo con la nostra mente per ricercare o condividere una notizia, e spesso si rischiano fenomeni come il cosiddetto "cherry picking", la pratica di "selezionare le ciliegie" per cui si selezionano solo le parti di una notizia finalizzate a supportare una propria tesi. Quali sono questi fenomeni e come possiamo attenzionarli?*

5) Come riconoscere e gestire la misinformazione e la disinformazione  
*Che risorse possiamo attivare (come studenti in classe, insegnanti, genitori, cittadini)? Strumenti utili, laboratori di competenze*

I temi saranno oggetto di approfondimento nelle specifiche schede didattiche che saranno presenti online sul sito [www.osservatorioonline.it](http://www.osservatorioonline.it) da ottobre e negli incontri formativi, previsti per alcune delle classi partecipanti al progetto.



# Iniziativa speciale **Civico 2.0**

Promossa in collaborazione con



L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori, in collaborazione con la Fondazione Carispezia, realizza, per l'anno scolastico 2023-2024, la decima edizione dell'iniziativa speciale "Civico 2.0", sull'educazione all'utilizzo nelle classi delle copie cartacee e digitali dei quotidiani.

Il progetto è rivolto alle scuole della Spezia e provincia e dei comuni di Aulla, Villafranca, Fivizzano, Bagnone e Pontremoli partecipanti al progetto "Il Quotidiano in Classe".

Si tratta di un'attività che preveda l'utilizzo in classe sia del mezzo cartaceo che di quello digitale. Tale esperienza ben si colloca nel percorso intrapreso dall'Osservatorio per rispondere alla crescente domanda di digitalizzazione della didattica mossa dalle scuole.

Per la formazione degli insegnanti sono disponibili materiali istruttivi online realizzati *ad hoc*, pensati per guidarli nelle loro lezioni in classe con i quotidiani cartacei e digitali in sinergia.

## **Come si scelgono le notizie: Accedere al sapere al tempo di ChatGPT**

di Ester Macrì

Presidente presso ReteSviluppo

Nell'era digitale in cui viviamo, l'accesso alle informazioni è diventato più semplice che mai. Tuttavia, questa facilità d'accesso porta con sé sfide e rischi, specialmente quando si tratta di individuare notizie e informazioni realmente affidabili. Siamo infatti costantemente bombardati da una moltitudine di notizie provenienti da fonti diverse ma non tutte le notizie sono uguali. Distinguere tra ciò che è vero e ciò che non lo è diventa quindi fondamentale per una comprensione accurata del mondo che ci circonda. Non solo come giornalisti ma anche come semplici cittadini che vogliono informarsi in maniera corretta, cercare una buona notizia richiede un approccio attivo e consapevole.

Come fare quindi per individuare una notizia attendibile? Il primo passo per scegliere le notizie con consapevolezza è sicuramente quello di valutare la fonte da cui provengono. È importante fare affidamento su fonti autorevoli e affidabili come giornali di qualità, riviste specializzate, siti web accreditati e organizzazioni giornalistiche rinomate. Per questo è importantissimo verificare la reputazione della fonte e se è stata riconosciuta per la sua affidabilità nel passato.

In secondo luogo, occorre valutare la presenza di un processo editoriale che garantisca la verifica delle informazioni prima della pubblicazione.

Più strutturato è il processo editoriale e più esplicitata è l'organizzazione dei ruoli e dei processi che portano alla divulgazione di una notizia in una determinata testata o pagina web e più possiamo fidarci. Inoltre è utile considerare se la notizia è stata riportata anche da altre fonti autorevoli, poiché ciò aumenta la sua affidabilità. Infine, un'accortezza è quella di prestare attenzione agli eventuali segnali di sensazionalismo o di manipolazione nell'articolo stesso.

Titoli acchiappa click e toni che pongono l'accento su elementi divisivi e polarizzanti possono essere indicatori di cattiva informazione.

Il controllo delle fonti è anche essenziale per saper individuare con accuratezza le cosiddette "fake news", o notizie false, che rappresentano una grave insidia nell'accesso al sapere e all'informazione. Queste notizie, spesso create con l'intento di manipolare o ingannare il pubblico, possono diffondersi rapidamente attraverso i social media e altre piattaforme digitali. I rischi associati alle fake news includono la diffusione di informazioni errate, la polarizzazione dell'opinione pubblica e la compromissione della democrazia stessa. È fondamentale sviluppare una forte capacità critica per riconoscere e contrastare le fake news.

La tecnologia può sicuramente costituire un valido supporto e svolgere un ruolo fondamentale nel rendere il sapere più accessibile il sapere e la conoscenza. L'intelligenza artificiale, come ad esempio ChatGPT, può essere utilizzata per identifica-



re e verificare l'affidabilità delle fonti di notizie. ChatGPT può analizzare grandi quantità di dati e confrontare le informazioni con fonti autorevoli per identificare potenziali fake news. Tuttavia, è importante notare che l'intelligenza artificiale non è infallibile e che la valutazione umana rimane essenziale per prendere decisioni informate. Per diventare cittadini attivi e padroni delle proprie scelte, è fondamentale investire nel proprio processo educativo, continuare ad informarsi sempre, leggere, assumere un atteggiamento curioso e aperto alla conoscenza. Le scuole svolgono un ruolo cruciale nell'insegnare agli studenti a valutare criticamente le informazioni e a riconoscere le fake news. Inoltre, è importante sviluppare l'abitudine di consultare diverse fonti di notizie e di approfondire le informazioni prima di trarre conclusioni e di condividere una notizia. Sicuramente anche essere consapevoli dei propri pregiudizi e cercare di esporre la propria mente a diverse prospettive può contribuire a una conoscenza più approfondita e bilanciata.

# Portale

[www.scuolachefarete.it](http://www.scuolachefarete.it)

## **Nuova edizione del portale per i docenti**

L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori realizza, per l'anno scolastico 2023-2024, la nuova edizione di [www.scuolachefarete.it](http://www.scuolachefarete.it) rivolto a tutti gli insegnanti italiani. Questo portale è nato nel 2010 con l'intento di offrire ai docenti l'opportunità di avvalersi di un nuovo strumento informativo e didattico, che li aiuti a prepararsi per cogliere al meglio le opportunità offerte dalla realtà scolastica in continua evoluzione.

Una scuola senza confronto con il mondo circostante non è mai stata possibile e, ovviamente, questo confronto diventa più incisivo quando si caratterizza per la pluralità di ambienti e soggetti con i quali poter interagire. Oggi, più che mai, risulta importante sfruttare la pervasiva capacità del digitale di aggregare e mescolare informazioni e competenze, adottando tale possibilità di confronto nel mondo scolastico. L'apertura al digitale deve essere concepita e sfruttata per la sua straordinaria potenzialità di connettere competenze e punti di vista.

Anche per l'anno scolastico 2023-24 la comunità degli insegnanti si darà appuntamento ogni giorno, azzerando le distanze geografiche, trovando spunti di lavoro, informazioni, proposte, suggerimenti e consigli. La Rete si è trasformata così in un nuovo strumento didattico e formativo, flessibile e costantemente aggiornato. Non solo: attraverso il portale, è stato possibile intraprendere insieme un rinnovato percorso di alfabetizzazione digitale, che consente ai docenti di avvicinarsi ancora di più alle generazioni cui si trovano a fare da guida nell'universo frastagliato della conoscenza e dell'informazione.

La Rete non va vissuta come una strada tracciata, né tantomeno come un labirinto, quanto piuttosto come un enorme repertorio di fatti, informazioni ed esperienze, cui attingere per sviluppare poi i propri percorsi con gli studenti.

---

## La carta d'identità del portale [www.scuolachefarete.it](http://www.scuolachefarete.it)

---

### ■ Nome

[www.scuolachefarete.it](http://www.scuolachefarete.it)

### ■ Destinatari

Docenti

### ■ Obiettivo didattico del portale

Riunire la comunità dei docenti italiani, accompagnandoli in un percorso di approfondimento dei progetti educativi promossi dall'Osservatorio Permanente Giovani-Editori così che, questi, siano strumento utile per l'attualizzazione delle materie di studio.

### ■ Durata del progetto

2 ottobre 2023 - 1 giugno 2024

### ■ Contatto per informazioni relative allo svolgimento dell'iniziativa

[adesioni@osservatorionline.it](mailto:adesioni@osservatorionline.it)



# Concorsi

# Concorso

[www.ilquotidianoinclasse.it](http://www.ilquotidianoinclasse.it)

## **Nuova edizione del portale per studenti**

**N**ell'ambito del progetto "Il Quotidiano in Classe", l'iniziativa concorsuale del portale [www.ilquotidianoinclasse.it](http://www.ilquotidianoinclasse.it) permette agli studenti di completare un percorso di maturazione che comincia con il farsi un'opinione sui fatti e termina con la possibilità di esprimere quell'opinione maturata attraverso l'acquisizione di informazioni.

Grazie alle lezioni de "Il Quotidiano in Classe" gli studenti hanno la possibilità di maturare un parere personale su tutto quello che accade nel mondo; con l'iniziativa de "ilquotidianoinclasse.it" hanno la possibilità di esprimere il proprio pensiero, cogliendo anche l'opportunità di allenarsi a scrivere in formato giornalistico. Gli studenti, tutti i giorni da ottobre ad aprile, divisi in redazioni o singolarmente, hanno la possibilità di esprimere la propria opinione, le proprie idee e le proprie riflessioni attraverso una sana e divertente competizione fatta di post testuali.

L'opinione del singolo studente è la protagonista assoluta di questa iniziativa che sarà promossa, anche per l'anno scolastico 2023-2024.

---

## La carta d'identità del portale [www.ilquotidianoinclassa.it](http://www.ilquotidianoinclassa.it)

---

### ■ Nome

[www.ilquotidianoinclassa.it](http://www.ilquotidianoinclassa.it)

### ■ Destinatari

Studenti

### ■ Obiettivo didattico del portale

Dare spazio e voce agli studenti italiani, stimolando la loro creatività, la sana competizione ma soprattutto il divertimento!

### ■ Durata del progetto

9 ottobre 2023 - 4 maggio 2024

### ■ Tipologie di attività proposte

Ogni lunedì i blogger del progetto, attraverso dei video, forniranno spunti di attualità rivolti agli studenti, invitandoli a formulare la loro opinione. Gli studenti iscritti, singolarmente o riuniti in piccole redazioni, possono sfruttare questo spazio a loro dedicato per esprimere il proprio pensiero sui grandi fatti del mondo e confrontarlo con quello di altri studenti.

### ■ Contatto per informazioni relative allo svolgimento dell'iniziativa

[adesioni@osservatorionline.it](mailto:adesioni@osservatorionline.it)

## Concorso

# Ambient'AMO - Percorsi di educazione ambientale

realizzato con il Patrocinio della

REGIONE  
TOSCANA



L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori, insieme alla Regione Toscana, realizza, per l'anno scolastico 2023-2024, la quindicesima edizione del concorso "Ambient'Amo - Percorsi di educazione ambientale" riservato alle scuole toscane partecipanti al progetto "Il Quotidiano in Classe".

Nell'ambito del concorso, i ragazzi si sono occupati nel corso degli anni di diversi temi: dalla gestione dei rifiuti, al traffico, alla viabilità, sino a giungere ai progetti urbanistici d'impatto ambientale, alla valorizzazione dei piatti tipici della tradizione regionale e alla scoperta delle bellezze urbane e naturalistiche del territorio toscano, valorizzate anche sui set cinematografici.

L'Osservatorio e la Regione Toscana hanno convenuto quanto sia importante che i giovani dimostrino il personale senso di appartenenza ad una comunità e la partecipazione attiva alla vita della società civile. Per questa ragione anche nel 2023/2024 gli studenti della regione saranno coinvolti attivamente in un nuovo e sfidante contest attraverso cui dovranno realizzare un reportage sulle Isole della Toscana.



### Arcipelago toscano

di Maria Vezzoli

Formatore OPPI, già docente di Scienze nelle scuole superiori di secondo grado

Per il 2023/2024 c'è una nuova proposta, sempre ricca e stimolante; gli studenti dovranno partecipare ad un contest nell'ambito del concorso "Ambient'AMO: percorsi di educazione ambientale" sul tema "**Le isole dell'arcipelago toscano**". Le proposte precedenti erano formulate per far "muovere gli allievi" nel territorio, costruendo e utilizzando saperi scolastici e extrascolastici e progettando concretamente nell'ambito di un vero e proprio "compito di realtà". Muoversi fisicamente tra le splendide isole dell'Arcipelago toscano sarà un po' meno agevole, anche se certo più che desiderabile e comunque possibile, ma i ragazzi potranno darsi da fare con le ricche risorse della rete.

Il lavoro come sempre può essere pensato per ogni singolo studente, o per piccoli gruppi, ma è comunque importante una continua condivisione e rielaborazione in classe dei traguardi raggiunti, perché il sapere di ognuno e soprattutto la riflessione critica compartecipata integrino, arricchiscano e si arricchiscano con i saperi e le riflessioni di tutti. E non abbiamo dubbi che si accenderà una gran voglia di conoscere dal vivo l'incanto delle isole toscane.

#### ■ Una sfida

##### Una storia di tutti i giorni

*Annalisa è una brava studentessa di liceo. Va bene in tutte le materie. Un giorno arriva a casa un po' seccata con un 4, e confessa il perché. Doveva preparare un ppt sull'Arcipelago Toscano. Aveva un po' fretta, per via di certi impegni con gli amici, quindi ecco qua il suo fido pc, lancia chatbot basato su GPT - 3.5. Rimaneggia in fretta le risposte "intelligenti" (mah...) ricevute nel dialogo con la macchina, e via pronto il compito. Evidentemente non ha rigirato abbastanza la frittata, e comunque il prof ne sa qualcosa più di lei. Svela il trucco e valuta con equità. Annalisa capisce la lezione. Sarà più accorta, e anche più creativa, in futuro. Bravo il prof.*

Promuovere una produzione originale, anche un semplice power point, su un argomento ambientale, culturale, naturalistico, storico, geografico, etc. in tempi di chatbot, o anche di più vecchioti sistemi di ricerca in rete, è dura, ma deve essere fatto. Non vogliamo demonizzare gli strumenti che l'informatica mette a disposizione di tutti, che comunque, se opportunamente gestiti, sono ricche fonti di sapere a portata di mano. La conoscenza, sostengono gli studiosi del ramo, si costruisce nella "conversazione" umana, poter "conversare" anche con una macchina è certo d'aiuto. L'importante a è che la macchina non diventi una sorta di macchinazione per rendere passivi i ragazzi, cosa che ahimè succede troppo spesso. I lavori che proponiamo ai ragazzi devono sempre servire a pensare e a imparare a pensare con la propria testa in interazione con le altre teste.

Intavolare una conversazione con una macchina aiuta a costruire conoscenza?

Abbiamo chiesto a chatgpt se si può creare cultura con lei, senza dare vincoli nella

risposta, che ci pare molto interessante e riportiamo di seguito:

“Sì, è possibile creare cultura con una chatbot basato su GPT-3.5 come me.

La cultura si basa sulla condivisione di conoscenze, idee, valori e tradizioni all'interno di una comunità. Una chatbot può essere utilizzata come strumento per diffondere informazioni, promuovere la riflessione e favorire la discussione su una vasta gamma di argomenti culturali.

Con la mia capacità di comprendere e generare testo in modo coerente, posso fornire informazioni su argomenti culturali, come arte, letteratura, storia, musica, filosofia e molto altro. Posso anche condividere curiosità, citazioni, aneddoti e storie che contribuiscono a preservare e ampliare la cultura. Inoltre, posso interagire con gli utenti, rispondere alle loro domande e fornire spunti di riflessione, incoraggiando così una conversazione più ampia sull'argomento culturale in questione. Sono in grado di imparare continuamente dalle interazioni con gli utenti e migliorare nel tempo, acquisendo conoscenze sempre più approfondite.

Tuttavia, è importante notare che, sebbene una chatbot possa contribuire a creare cultura fornendo informazioni e stimoli, non può sostituire l'esperienza diretta, l'interazione sociale e l'immersione nel contesto culturale reale. Una chatbot può essere un complemento utile per l'apprendimento e la diffusione della cultura, ma non può replicare completamente l'esperienza umana.”

Impossibile a questo punto non citare un pensiero del filosofo Yuval Noah Harari, espresso in un articolo su *The Economist* del 28 aprile 2023<sup>1</sup>: “Il pericolo è che se investiamo troppo nello sviluppo dell'intelligenza artificiale e troppo poco nello sviluppo della coscienza umana, l'intelligenza artificiale molto sofisticata dei computer potrebbe servire solo a potenziare la naturale stupidità degli umani”.

La nostra Annalisa non è certo una stupida, ma stupidamente ha replicato il comportamento dei ragazzini che 60 anni fa “copiavano” le famigerate “ricerche” dalle svariate enciclopedie in circolazione.

Il compito degli insegnanti sarà dunque spingere a usare la grande disponibilità di informazioni per rimanergiarle, riorganizzarle, e soprattutto usarle per creare, letteralmente inventare, domande “legittime”<sup>2</sup>, quelle che non hanno risposta preconfezionata. Domande per cui bisognerà costruire risposte originali e non “chiuso”, ma parziali, incomplete, che generino altre domande in un continuo rilancio di curiosità e creatività.

## ■ Che fare in classe, alcune proposte

Gli insegnati oggi come non mai devono fare appello alla loro stessa creatività, inventare approcci accattivanti per catturare interesse e partecipazione.

Un mestiere, il loro, sempre più impegnativo e di grande portata culturale e etica,

---

1 [https://www.economist.com/by-invitation/2023/04/28/yuval-noah-harari-argues-that-ai-has-hacked-the-operating-system-of-human-civilisation?fbclid=IwAR3ISj-6mEqdi4NDRqWVsoj1ozU46KMcl1oDC15iWQ-pfIAmrrlFXPN\\_bUcl](https://www.economist.com/by-invitation/2023/04/28/yuval-noah-harari-argues-that-ai-has-hacked-the-operating-system-of-human-civilisation?fbclid=IwAR3ISj-6mEqdi4NDRqWVsoj1ozU46KMcl1oDC15iWQ-pfIAmrrlFXPN_bUcl)

2 Espressione coniata negli anni '80 dal filosofo, scienziato costruttivista Heinz von Foerster (19011-2002), pioniere degli studi di cibernetica e intelligenza artificiale

mai abbastanza riconosciuta.

Proponiamo quanto segue, certi che gli insegnanti avranno molte altre idee in proposito.

- Partire sempre con la ricognizione di “quello che c’è”, con una sorta di storming.  
Che cos’è l’arcipelago Toscano?  
Quali ne sono le isole?  
Qualcuno c’è stato? Dove?  
Non pochi avranno visitato l’Elba e il Giglio, meno Capraia e Giannutri, pochi Pianosa. Perché quasi nessuno è stato a Gorgona e nessuno, salvo rare e improbabili eccezioni, a Montecristo?  
Ci sono altre isolette minori? Quali?  
In questa fase proponiamo di predisporre una sorta di murale, fatto di tabelle cartacee, magari anche un po’ grezzo, su cui rappresentare una mappa delle isole, scrivere i saperi e le conoscenze presenti nella classe, annotare domande aperte e bozze di risposta, incollare immagini... Diventerà oltre che una mappa geografica una rappresentazione delle conoscenze che si costruiscono e ricostruiscono via via.
- Indirizzare le nostre scelte: non è possibile né ha senso accumulare montagne di informazioni, c’è troppo da dire... e quindi dovremo scegliere come, dove, su quali aspetti focalizzare il nostro lavoro. Premessa indispensabile è una riflessione da fare con i ragazzi sull’estrema diversità geomorfologica, paesaggistica, storica, umana... che caratterizza l’Italia in generale. La Toscana ne è un vero concentrato, dalle città d’arte ai borghi pittoreschi, dalle campagne riccamente coltivate alle vaste zone inabitate, dalle coste marine a quelle straordinarie montagne-vista-mare che sono le Apuane, che raccontano storie di conflitto tra aree selvagge e faticosi sforzi di antropizzazione. E le isole sono una storia in miniatura dentro questa concentrazione di diversità. Molti sono i siti che gli insegnanti possono consultare e segnalare ai ragazzi. Tra i tanti:

<https://www.parcoarcipelago.info/>

[https://www.parcoarcipelago.info/wp-content/uploads/2023/05/vivere\\_023\\_WEB-ITA.pdf](https://www.parcoarcipelago.info/wp-content/uploads/2023/05/vivere_023_WEB-ITA.pdf)

[https://www.islepark.it/attachments/article/1544/vivere\\_023\\_WEB-ITA-carta-Pianosa.pdf](https://www.islepark.it/attachments/article/1544/vivere_023_WEB-ITA-carta-Pianosa.pdf)

<https://www.regione.toscana.it/documents/10180/70960/ATLANTE%20DEI%20PAESAGGI%20TOSCANI%20%20%20%20Arcipelago%20isole%20minori/c62be05c-219d-4497-bd31-b26df429bfab>

<https://www.portale-elba.it/storia.html>

<https://www.romanoimpero.com/2018/12/villa-domizia-giannutri.html>

<http://web.tiscali.it/zenobito/territorio.htm>

Risalteranno subito aspetti significativi delle isole e del mare da cui emergono. Sull’aspetto geomorfologico, da cui inevitabilmente conseguono aspetti antropici

e economici, vi è l'esauriente volume "Carta geomorfologica dell'arcipelago toscano", pubblicato anche in rete: <https://www.isprambiente.gov.it/it/pubblicazioni/periodici-tecnici/memorie-descrittive-della-carta-geologica-ditalia/carta-geomorfologica-dellarcipelago-toscano> . Contiene una ricca cartografia. All'indirizzo <https://www.isprambiente.gov.it/files/pubblicazioni/periodicitecnici/memorie/memorie1xxxvi/mem-des-86-intro-inquadramento.pdf> si trova la parte introduttiva che dà una sintesi degli aspetti generali e particolari delle isole, e potrà ulteriormente aiutare nelle scelte di insegnanti e studenti.

- Adottare un'isola. Se le informazioni generali dovranno riguardare tutta la classe, sarà però a questo punto che i ragazzi potranno scegliere un'isola da adottare. Pensiamo che l'adozione di un'isola, e la relativa predisposizione del ppt richiesto possa essere fatta anche in piccoli gruppi.
- L'approccio transdisciplinare Local Big History. Proponiamo questo approccio agli insegnanti che si vogliono cimentare con una visione del sapere a tutto tondo, che metta insieme le discipline, in quadro d'insieme unificato su larga scala, senza snaturarne le peculiarità ma facendole cooperare in una trasversalità che genera forme di ragionamento che "vanno oltre", che allargano, e permettono una lettura globale di un oggetto, un territorio, un evento...

Big History nasce negli anni '80 del secolo scorso come movimento accademico internazionale che cerca di costruire la storia integrata del Cosmo, della Terra, della vita e dell'Umanità.

Facendo uso di approcci multidisciplinari che combinano le discipline umanistiche e quelle scientifiche costruisce cornici di lungo periodo in cui esplora l'esistenza umana nel contesto di grandi rappresentazioni.

Big History, come dice il nome, si propone quindi di studiare il mondo e la sua storia, dal Big Bang a oggi, integrando le conoscenze delle diverse discipline.

Descrive una storia integrata dell'universo centrata sulla formazione e sull'interazione di sistemi a complessità crescente, dalle stelle fino alla contemporanea società globale. Il forte impatto culturale di questa visione suggerisce di utilizzarla anche per interpretare fatti e fenomeni più circostanziati. La Big History, infatti, non ci permette solo di creare una visione d'insieme su larga scala, ma ci consente anche di studiare su piccola scala un territorio, rapportando i fenomeni studiati alla globalità, in un continuo rimando fra il mondo intero e il piccolo territorio.

Si parla quindi di Local Big History, una sorta di lente di ingrandimento che da un territorio anche minuscolo, come per esempio una piccola isola, ci può far comprendere i fenomeni e gli eventi che dai tempi più remoti hanno portato all'oggi. Non possiamo qui farne una trattazione, e rimandiamo ai siti dove se ne parla e in cui si presentano anche esperienze scolastiche.

<https://oppi.it/oppinformazioni/> n.133, interamente dedicato alla Big History  
<http://www.educationduepuntozero.it/community/il-prim-esperimento-pilota-di-big-history-in-una-classe-italiana.shtml?print=print>  
<https://www.youtube.com/watch?v=dRkzxsWvjEI>, una lezione su come fare Steam con la Big History

Due libri dei fondatori di Big History sono stati tradotti in italiano:

Alvarez W., *Le montagne di San Francesco: perché nel cuore dell'Italia si nascondono i segreti della Terra*, Fazi Editore, Roma, 2010;

Christian D., *Dall'origine: una grande storia del tutto*, Mondadori, Milano, 2019. Ben fatto e didatticamente utile come esempio è un lavoro fatto sulle grotte di Frassassi alla luce della Big History. Si tratta di un e-book gratuito scaricabile gratuitamente su: [drive.google.com/file/d/1MlyLLGaiUYXr7dGFTxC1seMJ-GK0IZAMG/view](https://drive.google.com/file/d/1MlyLLGaiUYXr7dGFTxC1seMJ-GK0IZAMG/view):

Montanari A., Pignocchi G., Frassassi, *La Piccola Grande Storia delle Grotte*, FSM · Federazione Speleologica Marchigiana, 2022,

Nel nostro caso è davvero interessante leggere, esaminare l'Arcipelago Toscano e le sue isole con l'ottica – lente d'ingrandimento della Local Big History. Attraverso gli occhi di storia, geografia, mineralogia, antropologia, geologia, arte, economia, sociologia, letteratura... si può raccontare la minuscola Pianosa come la grande Elba, inquadrandole nella grande storia dell'universo, dalle origini del pianeta, alla formazione dei continenti, alla nascita della vita, all'origine dell'uomo, alla preistoria, alla storia fino al presente.

Tantissimi gli spunti che possiamo suggerire ai ragazzi: i graniti dell'Elba e del Giglio, il grandioso vulcano di Capraia, il Tirreno piccolo oceano<sup>3</sup> percorso da dorsali in espansione ci riportano alla geologia, alla tettonica delle placche, alla mineralogia, alla geomorfologia; le tracce dei nenderthaliani che popolarono alcune isole 50 mila anni fa, la villa romana di Giannutri per antichi villeggianti e il moderno turismo con aspetti virtuosi ma anche maldestri tentativi di cementificazione, le attività minerarie antichissime, monaci e monasteri, penitenziari dismessi e in funzione, Napoleone.. ci riportano alla storia dell'umanità, all'antropologia, all'economia. Per non dimenticare la creazione del Parco Nazionale e del santuario dei mammiferi marini, e le straordinarie flora e fauna endemiche, che ci rimandano alla biologia, all'ecologia e in particolare ai concetti fondanti dell'evoluzionismo: non furono forse le caratteristiche delle isole a fortificare in Darwin le sue teorie?

- E nell'approccio transdisciplinare non dimentichiamo la letteratura.

Indimenticabili i versi di padre Dante nel canto XXXIII dell'Inferno, là dove il conte Ugolino solleva la bocca dal fiero pasto:

*Ahi Pisa, vituperio de le genti  
del bel Paese là dove 'l si suona,  
poi che i vicini a te punir son lenti,  
muovasi la Capraia e la Gorgona,  
e faccian siepe ad Arno in su la foce,  
sì ch'elli annieghi in te ogni persona!*

---

3 [https://www.corriere.it/Primo\\_Piano/Scienze\\_e\\_Tecnologie/2006/09\\_Settembre/20/tirreno.shtml](https://www.corriere.it/Primo_Piano/Scienze_e_Tecnologie/2006/09_Settembre/20/tirreno.shtml)

Non può mancare il favoloso conte di Montecristo, Edmond Dantès dalle mille avventure, creazione fantasiosa di Alexandre Dumas. Certo oggi non pensiamo di interessare i nostri studenti facendo leggere l'intero romanzo... un mattone, direbbero non a torto! Ma film e produzioni televisive, numerosissimi sul conte di Montecristo, possono suscitare interesse.

- A proposito di cinema, “La grande bellezza” pluripremiato film del 2013 di Paolo Sorrentino – tra l'altro Oscar come miglior film straniero - è stato girato non solo a Roma ma anche all'Isola del Giglio. Una scena famosa mostra il protagonista Jep Gambardella (Toni Servillo) a Capel Rosso, davanti alla Concordia naufragata.

La miniserie di Sky e Palomar “I delitti del Barlume”, diretta da Roan Johnson e tratta dai romanzi di Marco Malvaldi, ci porta nell'immaginaria località di Pineta ed al Barlume tra comicità e delitti da risolvere. Location cinematografica è l'Elba, in particolare Marciana Marina che ogni anno si trasforma per accogliere le riprese. Tra gli altri set dell'isola anche Marina di Campo, Rio Marina, Monte Capanne e Portoferraio.

Di estremo interesse anche se di più complessa fruizione è il documentario “Gorgona”, del regista Antonio Tibaldi, girato nell'isola - carcere e sostenuto da Toscana Film Commission. Si descrive questo carcere insolito, dove i detenuti lavorano all'aperto in una colonia agricola, in uno spazio di lavoro umano e rieducativo, immerso nel sole della Toscana e illuminato dai riflessi del Tirreno.

L'intento del film è di portare lo spettatore sul luogo, fargli vivere la realtà dell'isola, l'intricato e complesso rapporto tra detenuti, agenti ed educatori.

Un documentario creativo di osservazione che restituisce allo spettatore lo spaccato di un mondo in gran parte sconosciuto.

<https://www.toscanafilmcommission.it/festival-dei-popoli-in-concorso-il-film-gorgona-di-antonio-tibaldi/>



# Concorso Le 5 E dell'energia

Promosso in collaborazione con



L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori ed Enel promuovono, per l'anno scolastico 2023-2024, la nona edizione del concorso "Le 5 E dell'energia", volto a focalizzare l'attenzione degli studenti e gli sforzi dei docenti sul tema dell'energia e sul nuovo modo di concepirla e di viverla.

Ai ragazzi verrà richiesto di esplorare il mondo dell'energia scegliendo di approfondire una tra le sue molteplici dimensioni, razionalizzate in questi cinque ambiti:

- Emissioni e NetZero
- E-Mobility
- Elettrificazione
- Effetto Rebound dell'efficienza energetica
- ESG

Le classi che partecipano in tutta Italia al progetto "Il Quotidiano in Classe" dovranno realizzare un'intervista/reportage/inchiesta su uno dei cinque temi indicati, con il possibile coinvolgimento di parenti, amici e/o concittadini.

L'obiettivo finale del concorso è accompagnare i ragazzi, aiutandoli a comprendere meglio il concetto di transizione energetica che punta ad un modello di sviluppo sostenibile, che non lascia indietro nessuno.



### Energy transition

di Caterina Bracchi

PhD student – Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano

#### ■ Introduzione

Nel marzo 2023 si è conclusa la stesura del Sesto Rapporto di Sintesi del IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change), che mette in luce in modo inequivocabile come il cambiamento climatico sia causato in modo preponderante dalle emissioni climalteranti di natura antropica, impennatesi soprattutto a partire dalla rivoluzione industriale e legate alla produzione di energia da fonti fossili.

Tra il 2011 e il 2020, la temperatura media globale registrata è già di 1,1° C superiore ai livelli del periodo 1850-1900. Al di là di questa presa di coscienza, ormai generalmente accettata anche a partire dai rapporti precedenti, l'attenzione del Sesto Rapporto si è focalizzata su quanto si stia facendo e quanto manchi per raggiungere gli obiettivi di contenimento delle emissioni previste dagli accordi internazionali sul clima, primo fra tutti l'Accordo di Parigi del 2015.

Questo accordo, sottoscritto dai 196 Paesi membri della UN Climate Change Conferenze (UNFCCC COP 21), prevede di mantenere l'aumento della temperatura globale media ben al di sotto dei 2°, e possibilmente entro 1,5°, entro la fine del secolo presente. Per farlo, i Paesi sottoscrittori si sono impegnati a sviluppare dei piani nazionali di contenimento e riduzione delle emissioni di gas climalteranti (come CO<sub>2</sub> e metano), chiamati Nationally Determined Contributions (NDCs) e presentati entro l'ottobre 2021. L'IPCC ha rilevato dall'analisi dei diversi NDCs, e dal loro confronto con le effettive politiche messe in atto, che l'obiettivo dell'Accordo di Parigi molto probabilmente non sarà raggiunto, e difficilmente l'aumento della temperatura globale rimarrà al di sotto dei 2° C entro la fine del secolo.

#### ■ NetZero e transizione energetica

Cosa stanno facendo i Paesi e cosa dovrebbero invece fare per contenere le emissioni? Le strategie per contrastare gli effetti del cambiamento climatico si distinguono in due principali categorie: le strategie di adattamento, che mirano principalmente a creare le condizioni affinché le società umane riescano a convivere con gli effetti, ormai inevitabili, del cambiamento climatico; e le strategie di mitigazione, che puntano invece a ridurre il più possibile le emissioni, causa principale del surriscaldamento terrestre, e al contempo ad aumentare la capacità degli ecosistemi di assorbire la CO<sub>2</sub> in eccesso nell'atmosfera (carbon sink).

Proprio in questa seconda strategia rientrano tutte le azioni legate alle cosiddette emissioni zero.

Per quanto riguarda queste azioni, una specifica è subito necessaria.

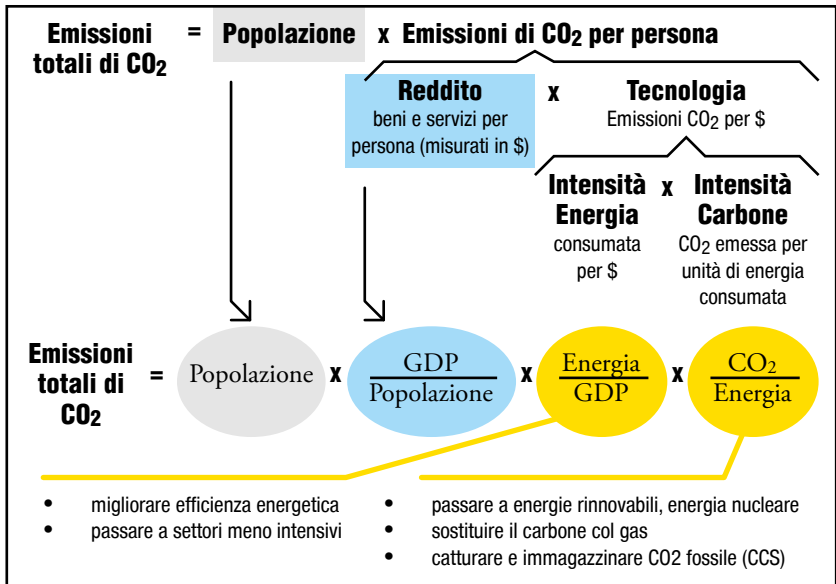
Si può parlare di riduzione delle emissioni, o di compensazione, ma ovviamente è impossibile e sbagliato parlare di emissioni zero, poiché ogni attività (umana e non) produce emissioni di CO<sub>2</sub>. Si deve quindi parlare di Emissioni NETTE

Zero, ovvero NetZero. In questo ambito l'Unione Europea ha voluto assumere un ruolo leader nel panorama globale, impegnandosi a raggiungere la neutralità climatica attraverso una strategia NetZero entro il 2050. A partire dall'adozione dello European Green Deal, la Commissione sta includendo questo ambizioso obiettivo trasversalmente a tutte le politiche e regolamentazioni implementate.

In particolare, il 4 marzo 2020 è stata adottata la prima Legge Europea sul Clima, che prevede di rendere il target della neutralità climatica legge vincolante per tutti i suoi stati membri. Essa prevede di raggiungere il NetZero entro il 2050, con l'obiettivo intermedio di ridurre le emissioni almeno del 55% entro il 2030, rispetto alla baseline del 1990. Per raggiungere questo ambizioso obiettivo è necessario individuare il giusto mix di azioni, che devono essere necessariamente trasversali a tutti gli attori della società, dai singoli cittadini, alle imprese, a tutti i livelli delle pubbliche amministrazioni.

Il giusto mix di azioni dovrebbe ricomprendere obiettivi di policy diversificati e complementari: uscita dalle fonti fossili per la produzione di energia; elettrificazione dei consumi energetici (il cui approvvigionamento dovrebbe avvenire con fonti rinnovabili); migliorata efficienza nell'utilizzo di ogni unità di energia prodotta; fino ad una maggiore consapevolezza dei consumatori, singoli e collettivi, nelle proprie scelte energetiche. Tutti questi obiettivi complementari fanno parte della ormai nota transizione energetica.

Per transizione energetica si intende, infatti, il passaggio da un'economia basata sull'utilizzo di fonti fossili e non rinnovabili ad una basata sull'utilizzo di energia rinnovabile, aumentando l'elettrificazione dei consumi, e al contempo migliorando l'efficienza energetica, così da ridurre il più possibile l'immissione di CO<sub>2</sub> da attività antropiche nell'atmosfera. In breve, si tratta di decarbonizzare l'economia il più possibile, nel minor tempo possibile, ovvero disaccoppiare la crescita economica dall'intensità di utilizzo di energia.



Centrale per la decarbonizzazione è la transizione a fonti di energia più sostenibili e che producono meno emissioni di CO<sub>2</sub> (come l'energia solare, eolica, idroelettrica, ecc...), che deve andare di pari passo ad una riduzione dell'intensità energetica (ovvero quanta energia serve per ogni unità di PIL prodotta). Per meglio capire questo tema, può forse essere utile fare riferimento allo schema in Fig. 1.

**Fig. 1: Determinanti delle emissioni totali di CO<sub>2</sub> disaggregate per intensità energetica (energia consumata per unità di PIL prodotta) e intensità di CO<sub>2</sub> (CO<sub>2</sub> emessa per unità di energia consumata). Fonte: OurWorldinData.**

## ■ Azioni concrete e soluzioni

Cosa si intende nel concreto per Elettrificazione dei consumi quindi?

Lo sviluppo delle società umane è sempre stato strettamente legato alla fonte di energia dominante e alla sua relativa efficienza. Grandi balzi in avanti nello sviluppo delle società umane si sono verificati in concomitanza all'introduzione di una nuova tecnologia energetica, più efficiente della precedente.

Questo è vero se si pensa all'introduzione dell'energia a vapore prodotta dal carbone, caratteristica della rivoluzione industriale del XVIII e XIX secolo, così come al passaggio alla combustione nel corso del XX secolo, che si basa in prima linea sull'impiego del petrolio. Il passaggio di tecnologia a cui stiamo assistendo è quello dalla combustione all'energia elettrica, prodotta a partire da fonti rinnovabili. Questa transizione dovrebbe dunque trasformare i processi precedentemente alimentati da combustibili fossili a processi alimentati da energia elettrica, prodotta a partire da fonti rinnovabili. Di questi processi fanno parte tutti gli utilizzi possibili dell'energia, dal riscaldamento, alla produzione industriale fino alla mobilità. Proprio sul tema della mobilità elettrica, o E-mobility, si sta ponendo sempre di più l'attenzione del legislatore, poiché individuata come soluzione per ridurre drasticamente le emissioni provenienti da uno dei settori maggiormente impattanti dal punto di vista delle emissioni. L'esempio più recente su questo tema riguarda la proposta, approvata da poche settimane dal Parlamento Europeo, di vietare la vendita di auto a benzina, diesel e gpl per ammettere solo auto elettriche sul mercato europeo entro il 2035, scatenando non poche critiche.

## ■ Basta tutto questo? Criticità e sfide della transizione

Molto spesso la transizione energetica viene equiparata ad una semplice transizione di tipo tecnologico, sia a livello politico che a livello di comunicazione. L'esempio della mobilità elettrica è forse il più lampante e recente in questo senso. L'idea che è stata molto spesso veicolata dai media rispetto a questo tema è che si tratti di un passaggio strettamente tecnologico.

Attraverso l'incentivazione della nuova tecnologia elettrica accompagnata al divieto delle vecchie tecnologie, può emergere la convinzione che il legislatore abbia una fiducia cieca nelle possibilità di questa nuova tecnologia, senza sottolineare invece l'importanza di altri fattori per il successo di una transizione, che deve essere prima di tutto sostenibile nel lungo termine. Uno dei rischi di interpretare e comunicare la transizione come strettamente tecnologica è quello di inficiarne i

risultati sperati, deresponsabilizzando i cittadini.

Per questo è fondamentale essere consapevoli che la recente decisione del Parlamento si pone come tassello all'interno di una strategia ben più ampia di Mobilità Sostenibile, delineata dalla Commissione Europea già nel 2006, e ampliata nel 2020 attraverso la Sustainable and Smart Mobility Strategy. Anche se non priva anch'essa di criticità, l'idea di mobilità sostenibile espressa in questa strategia è ben più complessa e abbina all'introduzione delle auto elettriche un'espansione e miglioramento della rete ferroviaria e di trasporto pubblico, oltre che un'attenzione alla riduzione del traffico privato nei centri urbani, attraverso forme di mobilità dolce. La mobilità sostenibile non è semplice sostituzione di veicoli privati inquinanti con veicoli privati a "emissioni zero", ma deve essere interpretata come una complessa transizione ad un modo di spostarsi differente, più sano, più dolce, più condiviso.

Altro esempio dei rischi e delle criticità legati ad una transizione "mal pensata" o "mal comunicata" è quello del Rebound Effect, o effetto di rimbalzo.

Si parla di effetto rebound quando i risparmi energetici derivanti da misure per aumentare l'efficienza energetica o delle risorse sono inferiori a quanto previsto inizialmente. Questo effetto può avere molte cause, ma certamente una mancanza di comunicazione e formazione dei cittadini e delle imprese è una delle fondamentali. Anche in questo caso, affidarsi alle possibilità offerte dalla tecnologia, tralasciando la centralità che alcune modifiche ai comportamenti individuali e collettivi hanno per la riuscita della transizione, rischia di inficiarne i risultati.

## ■ A ognuno il proprio ruolo

In queste brevi righe si è cercato quindi di sottolineare come la transizione energetica non sia una semplice questione di tecnologie, né tantomeno di scelte politiche più o meno lungimiranti a qualsiasi livello di Governo, bensì come essa debba essere una trasformazione trasversale a tutte le sfere del vivere comune e a tutti gli attori della società. Cittadini, imprese, governi hanno la necessità di lavorare in sinergia, trovare soluzioni più sostenibili adatte ad un futuro a basse emissioni, e per farlo è indispensabile che tutte le energie (non solo quelle fossili o rinnovabili, ma anche quelle umane) siano indirizzate verso un obiettivo comune e trasversale. Un mezzo indispensabile affinché le idee e le energie possano essere convogliate nella giusta direzione è che i finanziamenti e gli investimenti, sia pubblici che privati, vadano nella direzione di innovazione e creazione di valore sostenibile, per arginare quanto più possibile gli effetti dei cambiamenti climatici, della perdita di biodiversità e di tutte le crisi ambientali e sociali cui stiamo assistendo.

Proprio con questa logica il tema dei criteri ESG (Environmental, Social and Governance) sta assumendo una sempre maggiore rilevanza per le imprese e per la finanza. Seppur mantenendo ampi spazi di discrezionalità, le imprese sono chiamate a rispettare criteri di sostenibilità trasparenti e obiettivi, così come individuati dall'Unione Europea ma non solo. La strada è certamente ancora molto lunga, ma la direzione sembra certamente ormai segnata.



# Concorso SosteniAMO il Futuro

Promosso in collaborazione con



Nell'anno scolastico 2023-2024 prenderà il via la sesta edizione del concorso promosso dall'Osservatorio Permanente Giovani-Editori in collaborazione con Crédit Agricole Italia, "SosteniAMO il Futuro".

Il concorso avrà l'obiettivo di portare nelle aule il tema dello sviluppo sostenibile, stimolando gli studenti delle scuole secondarie superiori iscritte a "Il Quotidiano in Classe" in Sicilia e nelle province di Napoli, Roma e Sondrio a mettersi alla prova con un elaborato testuale sul tema della sostenibilità.

Si tratterà di un percorso che sarà di incentivo ai ragazzi per il loro futuro e per la loro formazione sia personale che didattica.

### SosteniAMO il Futuro

di Marco Tortora

Presidente Associazione FAIR

#### ■ I 17 Obiettivi dello Sviluppo Sostenibile e l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite: - 7!

A 7 anni dalla data del 2030 come anno chiave per il raggiungimento degli obiettivi delineati nel 2015, a che punto siamo in Italia, Unione europea e nel mondo? Come riportato nell'ultimo **Rapporto del Gruppo indipendente di Scienziati delle Nazioni Unite** (GSDR, 2022), il percorso di miglioramento e progresso verso il raggiungimento dei 17 Goal dell'Agenda 2030 non risulta ancora adeguato. La bozza del prossimo Rapporto, che verrà presentato a Settembre 2023, conferma di fatto quanto già scritto l'anno passato sottolineando l'urgenza, se mai cessata, di attivarsi per tornare ad essere "*back on track*".

Lo sviluppo continua ad essere definito come **insostenibile**: solo recentemente, lo sviluppo ineguale e insostenibile ha causato recenti crisi che, dal livello globale, si sono distribuite ai livelli locali delle comunità e dei territori con effetti negativi per persone e ambiente.

Ne deriva la necessità, per la sopravvivenza degli esseri umani, di assicurare che il sistema socioeconomico globale e i sotto-sistemi locali si adeguino investendo e sviluppando strumenti di resilienza adeguati per affrontare, da un lato, i prossimi probabili shock e, dall'altro lato, per accelerare l'attuazione dei progetti e delle azioni orientati agli SDG.

Come anticipato nel Rapporto, gli obiettivi globali richiedono azione precise e adeguate a molteplici livelli, partendo dal riconoscimento dei seguenti tre punti chiave:

1. Le trasformazioni sono possibili e inevitabili; invito a cominciare ad attivarsi con urgenza per accelerare i progressi verso gli SDG
2. Non lottare per uno, ma per tutti: la resilienza e il benessere del pianeta, delle persone, dell'ambiente e degli ecosistemi richiede una sicurezza multidimensionale
3. Lavorando tutti insieme, assicurandosi che il tempo e le risorse siano usati nel modo più giudizioso ed efficace possibile e che sia adottato un approccio sistematico e strategico per guidare e accelerare le trasformazioni.

La domanda a questo punto che si pone necessaria è la seguente: cosa potrebbe accadere nel caso di un insuccesso nel raggiungimento degli Obiettivi? Secondo il prossimo Rapporto, "senza una urgente correzione e accelerazione, l'umanità dovrà affrontare periodi prolungati di crisi e incertezza innescati e rafforzati da povertà, disuguaglianza, fame, malattie, conflitti e disastri."

Quanto e cosa ci separa da un'auspicabile inversione di tendenza?

A livello **globale**, l'outlook negativo e pessimistico riportato sopra è in parte dovuto all'impatto e ai relativi effetti negativi innescati in primis dalla crisi pandemica globale del COVID-19 (SDG Progress Report 2022) e a seguire dai conflitti geopolitici internazionali, dalle crisi economiche e finanziarie, dai disastri naturali. In particolare, il grido di allarme riguarda il fatto che, a causa di quanto appena scritto, molti percorsi di avvicinamento si sono interrotti se non hanno mostrato addirittura un regresso.

Sette sono i temi chiave da monitorare e da cui ripartire con azioni concrete ed efficaci secondo l'ultimo Rapporto sugli SDGs (UN SDGs Report 2022).

1. **Crisi multiple e interconnesse.** Le crisi a cascata mettono a rischio gli SDG. La presenza di crisi multiple, a cascata e intersecanti, dominate da COVID-19, cambiamenti climatici e conflitti mettono a rischio lo sviluppo sostenibile e la sopravvivenza di molte persone soprattutto nel campo dell'alimentazione e della nutrizione, della salute, dell'istruzione, dell'ambiente, della pace e della sicurezza.
2. **Salute e Popolazione.** Gli impatti negativi del COVID-19 emergono col tempo nella loro drammaticità: non solo per una ripresa molto fragile ma anche perché la pandemia ha azzerato più di quattro anni di progressi nell'eliminazione della povertà (93 milioni di persone in più nella povertà estrema nel 2020) e nella lotta alla malaria e all'analfabetismo (più di 24 milioni di studenti, dalla scuola materna all'università, a rischio drop out).
3. **Conflitti.** Si registra il maggior numero di conflitti violenti dal 1946, con un quarto della popolazione mondiale che ora vive in Paesi colpiti da conflitti. Si pensi che 100 milioni di persone sono state sfollate in tutto il mondo e la guerra in Ucraina sta creando una delle più grandi crisi di rifugiati dei tempi moderni.
4. **Ambiente.** L'aumento delle ondate di caldo, della siccità, degli incendi e delle inondazioni sta già colpendo molte persone in tutto il mondo e causando danni potenzialmente irreversibili agli ecosistemi della Terra.
5. **Condizioni socioeconomiche nei Paesi in via di sviluppo.** I Paesi in via di sviluppo stanno registrando un aumento dell'inflazione così come un aumento dei tassi di interesse e del debito. I principali soggetti colpiti dalle crisi sono donne e bambini. Le donne rischiano il posto di lavoro e così dei mezzi di sussistenza, dell'abbandono scolastico dei figli. Il lavoro minorile e i matrimoni precoci sono in aumento.
6. **Investimenti e Dati, strategici per lo sviluppo.** Il rapporto mostra la mancanza, e così facendo sottolinea l'importanza strategica per una risposta sistemica, concreta ed efficace degli attori, di dati che siano tempestivi, di alta qualità e disaggregati. In termini di relazione tra investimenti tecnologici e sviluppo sostenibile, gli investimenti nelle infrastrutture di dati e informazioni dovrebbero essere una priorità dei governi nazionali e della comunità internazionale.
7. **SDG e sviluppo.** Gli SDG sono la nostra tabella di marcia per uscire dalle crisi e per la stessa sopravvivenza del genere umano.

A **livello europeo** la situazione conferma le stesse preoccupazioni del Rapporto



globale, pur con delle differenze ed eccezioni. Il rapporto ASviS 2022 apre riconoscendo infatti all’**Unione Europea** (UE) segni di miglioramento per il periodo tra il 2010 e il 2020 per undici Goal (2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 11, 12, 13, e 16), di peggioramento per tre (Goal 10, 15 e 17) e di sostanziale stabilità per due (Goal 1 e 6). Se si guarda al solo ultimo anno disponibile, il primo anno con il riconosciuto impatto degli effetti della pandemia (2019-2020), si ha un complessivo rallentamento nei miglioramenti riscontrati negli anni precedenti: i soli Goal che mantengono un andamento positivo sono il 7, il 12 e il 13; quattro presentano un andamento negativo (Goal 1, 3, 10 e 17); sei risultano invariati (Goal 2, 4, 5, 8, 9 e 16).

## ■ L’Italia e Obiettivi dello Sviluppo Sostenibile

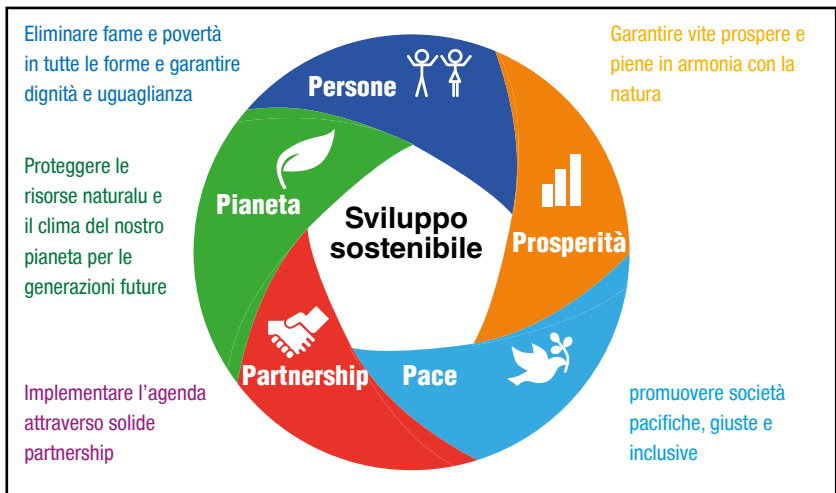
L’Italia ha declinato l’Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite nella Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile (SNSvS), strumento di coordinamento che assume i **4 principi guida dell’Agenda**:

1. integrazione
2. universalità
3. trasformazione
4. inclusione.

La SNSvS è strutturata in cinque aree, le cosiddette **“5P” dell’Agenda 2030**:

1. Persone
2. Pianeta
3. Prosperità
4. Pace
5. Partnership.

A queste si aggiunge una sesta area (6) dedicata alle leve necessarie per uno sviluppo o transizione sostenibile definiti **“vettori per la sostenibilità”**.



In accordo a quanto previsto all'**art. 34 del D.lgs. 152/2006 e ss.mm.ii.**, la Strategia costituisce "*il quadro di riferimento nazionale per i processi di pianificazione, programmazione e valutazione di tipo ambientale e territoriale*" (MASE, 2023).

In base allo stesso articolo, il Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica (MASE) supporta le Regioni, le Province Autonome e le Città Metropolitane nella declinazione territoriale della Strategia.

Ai fini di garantire il più ampio coinvolgimento della società civile, in ottica di stakeholder engagement (coinvolgimento degli stakeholder o portatori di interesse), è stato costituito il Forum per lo Sviluppo Sostenibile.

Di fatti, la Strategia SNSvS è frutto di un processo partecipativo di istituzioni e società civile, condotto dal Ministero in stretta collaborazione con la Presidenza del Consiglio dei Ministri, il Ministero degli Affari Esteri e il Ministero dell'Economia che si sviluppa ed evolve dal momento della sua costituzione, avvenuta con Delibera CIPE 108 del 22 dicembre 2017, e che prosegue ogni tre anni con la revisione che il Ministero deve avviare e curare per eventualmente modificare il percorso al fine di ricondurlo sul tracciato considerato più corretto per la realizzazione degli obiettivi individuati.

## ■ L'Italia e gli Obiettivi: lo stato dell'arte

Secondo il Rapporto ASVIS 2022 (Associazione Italiana per lo Sviluppo Sostenibile, 2022), la situazione italiana può essere letta in modo ambivalente.

Se conduciamo l'indagine negli ultimi dieci anni, 2010-2021, **riscontriamo un miglioramento di 7 Goal**: alimentazione e agricoltura sostenibile (Goal 2), salute (Goal 3), educazione (Goal 4), uguaglianza di genere (Goal 5), sistema energetico (Goal 7), innovazione (Goal 9), lotta al cambiamento climatico (Goal 13) su 17. Purtroppo ben **5 sono i Goal dove si riscontra un peggioramento**: povertà (Goal 1), acqua (Goal 6), ecosistema terrestre (Goal 15), istituzioni solide (Goal 16) e cooperazione internazionale (Goal 17). Per gli altri Goal, la situazione rimane invariata.

Questi risultati hanno portato l'ASVIS a commentare il percorso dell'Italia come in ritardo rispetto a quanto programmato e con poco, ormai, tempo a disposizione.

Non differenti i risultati o il giudizio di valore se invece si confrontano due soli momenti, la situazione dell'Italia pre-pandemica (2019) e l'attuale (dati al 2021). In questo caso l'Italia evidenzia:

- miglioramenti solo per due Obiettivi, i Goal 7 e 8;
- conferma dei livelli al 2019 per i Goal 2 e 13
- peggioramento (livelli inferiori) per i restanti dieci Obiettivi che possono essere analizzati<sup>1</sup>, i Goal 1, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 15, 16 e 17: il livello registrato nel 2021 è ancora al di sotto di quello misurato nel 2019.

---

<sup>1</sup> Come ricorda il Rapporto ASVIS 2021, ai fini metodologici, è possibile monitorare il livello di solo 14 Goal. Per il dettaglio si rimanda al Rapporto stesso.

L'ASVIS riconduce alla crisi pandemica e alle sfide energetiche attuali i due motivi principali che hanno rallentato nel complesso il percorso di avvicinamento agli Obiettivi dello Sviluppo Sostenibile sia del complesso dei Paesi europei sia dell'Italia.

Al cambio di scala di analisi, grazie al Rapporto dei Territori (ASVIS, 2023), è possibile osservare con maggiore dettaglio il caso Italia, osservando un insieme di territori che procede a più velocità con differenze importanti tra i diversi territori osservati. In particolare, con riferimento alle quattro dimensioni dello Sviluppo Sostenibile - ambientale, economica, sociale e istituzionale, si è registrato un aumento delle disuguaglianze di reddito, una crescente difficoltà del sistema sanitario e un arretramento degli indicatori ambientali, in particolare quelli sul consumo di suolo e sulla gestione delle risorse idriche.

## ■ L' Agenda per lo Sviluppo Sostenibile 2030 e i 17 Obiettivi di Sostenibilità

L'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile, adottata da tutti gli Stati membri delle Nazioni Unite nel settembre del 2015, è un progetto condiviso per la pace e la prosperità per le persone e il pianeta, per il presente e il futuro. Al centro ci sono i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (Sustainable Development Goals - SDGs), un framework per guidare l'azione da parte di tutti i Paesi - sviluppati e in via di sviluppo – secondo i criteri di un partenariato globale che includa anche il settore privato e la società civile.

## ■ Storia

Nel giugno del 1992, a Rio de Janeiro (Brasile), le Nazioni Unite organizzarono *The Earth Summit* al quale parteciparono più di 180 Paesi. Tra i risultati dell'evento, il lancio e l'adozione da parte della maggior parte dei Paesi dell'**Agenda 21**, un piano d'azione globale per costruire un partenariato globale per lo sviluppo sostenibile per migliorare la vita umana e proteggere l'ambiente.

Diciotto anni dopo, nel settembre del 2000, durante il *Millennium Summit* organizzato sempre dalle Nazioni Unite, gli Stati membri adottarono all'unanimità la **Dichiarazione del Millennio** presso la sede delle Nazioni Unite a New York. Il principale risultato del vertice internazionale fu l'elaborazione degli otto obiettivi di sviluppo sostenibile del millennio (*Millennium Development Goals – MDGs*), bussola per ridurre l'obiettivo globale della povertà estrema entro il 2015.

Nel 2002, durante il Vertice mondiale sullo sviluppo sostenibile in Sud Africa (*the World Summit on Sustainable Development*, 2002), vennero adottati due documenti: la Dichiarazione di Johannesburg sullo Sviluppo Sostenibile e il Piano di attuazione (*Johannesburg Declaration on Sustainable Development and the Plan of Implementation*). In questi documenti furono confermati gli impegni della comunità globale degli Stati membri per sviluppare azioni e programmi per sradicare la povertà e preservare l'ambiente sulla base dell'Agenda 21 e sulla Dichiarazione del Millennio.

Enfasi fu posta per la prima volta sulla necessità strategica e operativa dei partenariati multilaterali.

Nel giugno del 2012, sempre a Rio de Janeiro in Brasile, alla nuova Conferenza delle Nazioni Unite sullo Sviluppo Sostenibile (*United Nations Conference on Sustainable Development, Rio+20*), gli Stati membri adottarono il documento finale “*The Future We Want*” in cui fu deciso di avviare un nuovo processo di sviluppo orientato da nuovi obiettivi globali (gli Obiettivi dello Sviluppo Sostenibile o *SDG – Sustainable Development Goals*) basati sui precedenti otto obiettivi del Millennio. Nel 2013, l’Assemblea Generale istituì appositamente un gruppo di lavoro aperto di trenta membri per sviluppare una proposta sui nuovi obiettivi o SDG. Allo stesso tempo fu istituito il Forum politico di alto livello delle Nazioni Unite sullo sviluppo sostenibile (*UN High-level Political Forum on Sustainable Development*).

Tra i risultati raggiunti al vertice di Rio vi furono anche novità in altre misure adottate, per esempio, per sostenere l’attuazione dello Sviluppo Sostenibile in settori quali i mandati per futuri programmi di lavoro, il finanziamento (*development financing*) come leva di sviluppo, l’attenzione ai piccoli stati insulari in via di sviluppo e altro ancora.

L’anno chiave per il lancio dei nuovi obiettivi di sviluppo è il **2015**. Nel gennaio 2015 l’Assemblea Generale avviò il processo di negoziazione sulla nuova Agenda di Sviluppo Sostenibile. Il processo culminò nel settembre dello stesso anno quando nel corso della *Conferenza sullo Sviluppo Sostenibile* a New York presso il Palazzo delle Nazioni Unite tutti gli Stati Membri adottarono l’**Agenda 2030** per lo sviluppo sostenibile, con al centro i diciassette obiettivi dello sviluppo sostenibile o **17 SDGs** (Sustainable Development Goals).

Il 2015 divenne anno fondamentale per l’affermazione di alcuni principi operativi quali il multilateralismo e la definizione delle politiche internazionali orientate alla sostenibilità. Numerosi gli accordi che sostennero questa direzione, con l’adozione di numerosi importanti accordi quali, tra gli altri:

- Quadro di Sendai per la riduzione del rischio di catastrofi (Sendai Framework for Disaster Risk Reduction) (marzo 2015)
- Agenda d’azione di Addis Abeba sul finanziamento dello sviluppo (Addis Ababa Action Agenda on Financing for Development) (luglio 2015)
- Trasformare il nostro mondo: l’Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile (Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development) (settembre 2015).
- Accordo di Parigi sui Cambiamenti Climatici (dicembre 2015)

## ■ **L’Agenda 2030 e i 17 Obiettivi dello Sviluppo Sostenibile**

Con l’adozione della nuova Agenda dello Sviluppo Sostenibile il mondo si è dotato di un framework globale per sviluppare programmi, politiche e azioni orientate allo sviluppo sostenibile, misurabili nei loro effetti grazie ai 169 Target e relativi

indici.

In particolare, per quel che riguarda il concetto di sviluppo sostenibile prima richiamato, oltre ai tre pilastri della Sostenibilità rappresentati dalle 3P, people, planet e profit, si richiamano le 5P riportate dalla stessa Agenda 2030 e che introducono cinque concetti chiave:

- **Persone.** Eliminare fame e povertà in tutte le forme, garantire dignità e uguaglianza.
- **Prosperità.** Garantire vite prospere e piene in armonia con la natura
- **Pace.** Promuovere società pacifiche, giuste e inclusive.
- **Partnership.** Implementare l'Agenda attraverso solide partnership
- **Pianeta.** Proteggere le risorse naturali e il clima del pianeta per le generazioni future.

I cinque concetti sono fondamentali per interpretare l'Agenda sia dal lato operativo che metodologico e concettuale. La complessità è un campo teorico e operativo che richiede un approccio diverso: i cinque concetti o 5P diventano le 5 dimensioni della sostenibilità la cui lettura richiede una visione sistemica e integrate per leggere le radicate interconnessioni esistenti tra le stesse ai fini dello sviluppo di soluzioni efficienti.

Dal punto di vista metodologico e operativo questo comporta un approccio ai problemi e allo sviluppo di soluzioni di sostenibilità per ciascuno o più degli SDG considerando la complessità, la multiscalarità e l'interconnessione tra temi e settori. Un nuovo metodo in primis basato sulla cooperazione e la complementarità delle competenze e conoscenze non solo da parte dei Governi ma anche di tutti i soggetti del mondo privato, della società civile e delle istituzioni.

Un metodo che richiede sviluppo di competenze non solo hard ma anche soft che permettano di unire capacità di *problem solving* orientato all'innovazione – *design thinking* - al *system thinking*, il mindset proprio associato al campo della sostenibilità.



# Concorso Memoria e Futuro

Promosso in collaborazione con



SANTA  
CROCE  
FIRENZE

L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori realizza, per l'anno scolastico 2023-2024 la seconda edizione del concorso "Memoria e Futuro" il contest rivolto a tutte le scuole partecipanti a "Il Quotidiano in Classe".

Oggi, il concorso prosegue all'insegna di una speciale attenzione alla condivisione del patrimonio spirituale, artistico e storico del complesso monumentale di Santa Croce, come strumento di crescita civile e culturale dedicato al mondo dei giovani e della scuola, con un focus sui valori civici e sociali fondanti dell'Unione Europea. Valori che trovano riscontro tangibile e fonte di ispirazione nelle opere racchiuse in questo luogo unico.

Attività educative, materiali didattici, incontri online sulla ricchezza di questi valori universali che il complesso monumentale custodisce rappresenteranno la linfa dei progetti che saranno realizzati con la piena partecipazione di studenti e insegnanti.

