

Il Quotidiano in Classe

a cura dell'Osservatorio Permanente Giovani-Editori



Si ringrazia per i contributi portati alla presente pubblicazione:

Per la Parte I

Gabriela Jacomella
Maurizio Molinari
Luciano Fontana
Giacomo Buoncompagni
Alessandro Latterini

Per la Parte II

Gabriela Jacomella
Thorold Barker
Joachim Nagel
François Villeroy de Galhau
Klaas Knot
Pablo Hernández de Cos
Mário Centeno
Alberto Banfi

Per la Parte III

Gabriela Jacomella
Jill Abramson
Tim
Apple
Ministero dell'Istruzione

Per la Parte IV

Gabriela Jacomella
Eni
Maria Vezzoli
Rai
Annarita Di Battista
Ferrero
Pierangelo Soldavini
Fondazione Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo
Alberto Frizzerin
Fondazione Carispezia
Giacomo Buoncompagni
Regione Toscana
Enel
Caterina Bracchi
Crédit Agricole Italia
Marco Tortora

© Copyright 2022

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":



FONDAZIONE
CASSA DI RISPARMIO
DI PISTOIA E PESCIA



FONDAZIONE
CASSA DI RISPARMIO
DI ASCOLI PICENO



FONDAZIONE CRC



FONDAZIONE
CASSA DI RISPARMIO
DI RAVENNA



FONDAZIONE SICILIA



FONDAZIONE
Cassa di Risparmio di Gorizia



FONDAZIONE
CASSA DI RISPARMIO
DI SAN MINIATO



FONDAZIONE

CASSA DI RISPARMIO DI FOLIGNO



FONDAZIONE
CASSA DI RISPARMIO
DI REGGIO EMILIA
PIETRO MANODORI



FONDAZIONE
CASSA DI RISPARMIO DI ALESSANDRIA

con il patrocinio di

REGIONE
TOSCANA



FONDAZIONE
CASSA DI RISPARMIO DI SALUZZO



Fondazione
Cassa di Risparmio
di Padova e Rovigo



Fondazione
Cassa di Risparmio
di Carrara



FONDAZIONE
Cassa di Risparmio di Loreto



SOCIETÀ UNIONE MUTUO SOCCORSO
REPUBBLICA SAN MARINO

CORRIERE DELLA SERA

la Repubblica

 **Il Sole
24 ORE**

QV IL GIORNO

QV il Resto del Carlino

QV LA NAZIONE

LA STAMPA

IL GAZZETTINO

Il Messaggero

IL SECOLO XIX

L'Arena

Bresciaoggi

Corriere Alpi

GAZZETTA DI MANTOVA

GAZZETTA DI PARMA

la Provincia
POVESE

Gazzetta del Sud

GIORNALE DI SICILIA

**IL GIORNALE
DI VIGENZA**

Messaggero Veneto

la tribuna
di Trento

Indice

Introduzione	XI
<i>Parte I</i>	
Media Literacy	
Introduzione <i>Gabriela Jacomella</i>	2
Contributo di <i>Maurizio Molinari</i>	4
Contributo di <i>Luciano Fontana</i>	6
“Il Quotidiano in Classe”	10
“Guerre mediatiche” <i>Giacomo Buoncompagni</i>	12
“Fra pandemia e infodemia” <i>Giacomo Buoncompagni</i>	16
“L’involuzione della libertà di espressione” <i>Alessandro Latterini</i>	20
“La cultura si fa informandosi” <i>Giacomo Buoncompagni</i>	24
“Il dovere d’informarsi per mantenere la democrazia” <i>Giacomo Buoncompagni</i>	28
“Campagne per i diritti civili” <i>Giacomo Buoncompagni</i>	32
“Dall’information overload a nuove forme di fruizione” <i>Alessandro Latterini</i>	36
“I conflitti ambientali” <i>Alessandro Latterini</i>	40
“La nuova età dell’oro dei contenuti audio” <i>Alessandro Latterini</i>	44
“Dall’opinion leader all’influencer” <i>Giacomo Buoncompagni</i>	46

Parte II

Financial Literacy

Introduzione	49
Contributo di <i>Joachim Nagel</i>	52
Contributo di <i>François Villeroy de Galbau</i>	56
Contributo di <i>Klaas Knot</i>	60
Contributo di <i>Pablo Hernández de Cos</i>	62
Contributo di <i>Mário Centeno</i>	64
Contributo di <i>Thorold Barker</i>	66
“Young-Factor” edizione 2022/2023 <i>Alberto Banfi</i>	69

Parte III

Technology-Digital Literacy

Introduzione	75
Contributo di <i>Jill Abramson</i>	78
Progetto “Technology-Digital Literacy” <i>TIM</i>	87
Protocollo d’Intesa <i>Ministero dell’Istruzione, Apple</i>	89

Iniziative speciali e Concorsi

Introduzione	93
Capitolo 1	
<i>Iniziative speciali</i>	
Giovani, energia del futuro <i>Eni</i>	99
Portale Eniscuola.net	101
Scheda didattica: “Storie di ordinaria preoccupazione climatica” <i>Maria Vezzoli</i>	102
Scheda didattica: “Bioeconomia: qualche definizione per capire” <i>Maria Vezzoli</i>	110
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>	121
Scheda didattica: “Dalla culla alla culla: l’avvento dell’economia circolare” <i>Pierangelo Soldavini</i>	122
Shake the fake <i>Fondazione Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo</i>	129
Scheda didattica: “Shake the fake” <i>Alberto Frizzerin</i>	130
Civico 2.0 <i>Fondazione Carispezia</i>	133
Scheda didattica: “Fare informazione dopo la pandemia” <i>Giacomo Buoncompagni</i>	134

www.scuolachefarete.it	138
La carta d'identità del progetto	139
Capitolo 2	
<i>Concorsi</i>	
www.ilquotidianoinclassa.it	142
La carta d'identità del progetto	143
Ambient'AMO - Percorsi di educazione ambientale <i>Regione Toscana</i>	144
Scheda didattica: "La Toscana come set cinematografico" <i>Maria Vezzoli</i>	145
Le 5 E dell'energia <i>Enel</i>	150
Scheda didattica: "Energy transition" <i>Caterina Bracchi</i>	151
SosteniAMO il Futuro <i>Crédit Agricole Italia</i>	156
Scheda didattica: "I 17 Obiettivi dello Sviluppo Sostenibile e l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite" <i>Marco Tortora</i>	157

Introduzione

Rieccoci qui, con un nuovo anno scolastico pronto ad iniziare. Ed è davvero il caso di dirlo: ben ritrovati. Dopo due anni fuori dall'ordinario, che nessuno di noi si sarebbe mai immaginato di dover affrontare. Un periodo in cui abbiamo fatto la conoscenza di nuove speranze e nuove paure, fenomeni fino a quel momento rimasti sottotraccia, come l'*infodemia*, ed esperienze di cui avevamo letto soltanto nei libri di storia, oppure nei romanzi d'immaginazione.

Uno sguardo nuovo, che ha messo in luce però bisogni e necessità già emersi e ben presenti nel passato, forse ora soltanto più urgenti, più pressanti, più corrispondenti alla realtà che stiamo vivendo. Una realtà in cui sempre di più la tenuta delle nostre reti sociali, dei diritti fondamentali di ogni uomo, del concetto stesso di democrazia, dipende dal nostro saperci orientare nella complessità che ci circonda, separando i dati e le notizie essenziali dal rumore di fondo, elaborandone razionalmente i contenuti, affidandoci a navigatori esperti, facendo la nostra parte per evitare che si perda la bussola.

C'è chi ha sostenuto che muoversi nell'universo dell'informazione assomigli ormai - e ancor più oggi, nell'era digitale - a quello che si trovavano a fare i marinai che un tempo attraversavano oceani e acque sconosciute, e che sapevano benissimo quanto fosse necessario possedere le conoscenze e gli strumenti atti a valutare la rotta, evitare le secche e gli scogli, fronteggiare le insidie di pirati e flotte nemiche, liquidare con una scrollata di spalle i racconti di mostri marini e sirene incantatrici. Oggi, quelle sirene sembrano cantare sempre più forte, e le secche sono disseminate ovunque, a pelo d'acqua.

Le conoscenze che servono per garantirvi una navigazione sicura - nel mondo reale, e in quello virtuale - vanno continuamente affinate, perfezionate, allenate.

Questo è, come lo è sempre stato, l'obiettivo di questo libro, e del progetto "Il Quotidiano in Classe", di cui rappresenta uno degli strumenti principali.

Nelle prossime pagine affronteremo insieme i percorsi sviluppati dagli esperti dell'Osservatorio Permanente Giovani-Editori per rafforzare tre competenze, tre educazioni chiave per contribuire alla formazione dei cittadini di domani: *Media Literacy*, *Financial Literacy*, *Technology-Digital Literacy*. Informazione, economia, tecnologia digitale. Sono i tre pilastri su cui lavoreremo nel corso dell'anno, con una serie di proposte di attività e laboratori, iniziative e concorsi.

È una sfida, questa, che l'Osservatorio affronta nel pieno della maturità e con al fianco 21 testate partner su tutto il territorio nazionale. Un risultato che fornisce nuovo slancio all'iniziativa, confermandone la leadership nazionale nell'ambito della Media Literacy e l'impegno sul fronte di un pluralismo delle opinioni mai così ampio e consolidato.

La comunità del Quotidiano in Classe può ora fornire un vero spaccato verticale della vita del Paese, dal macro al micro, dal nazionale al locale.

Potrete infatti contare su un ventaglio di riferimenti che includerà, come lo scorso anno, anche *la Repubblica*, *Il Secolo XIX*, *Il Messaggero Veneto*, *Gazzetta di Mantova*, *La Provincia Pavese*, *la Tribuna Treviso*, *il Corriere delle Alpi* e *La Stampa*.

Queste testate così presenti nelle rispettive aree di riferimento, si affiancheranno a *Corriere della Sera*, *Il Resto del Carlino*, *La Nazione*, *Il Giorno*, *il gruppo Sole 24ORE*, *la Gazzetta di Parma*, *il Gazzettino*, *Il Giornale di Vicenza*, *L'Arena*, *Bresciaoggi*, *Il Giornale di Sicilia*, *il Messaggero*, *la Gazzetta del Sud*.

Quello che si conferma, lungo questo arco di sviluppo costante, è il format: anche quest'anno "Il Quotidiano in Classe" porterà nelle vostre classi i quotidiani (cartacei e digitali) insieme a collaudati format di lavoro e strumenti di analisi. L'obiettivo è da sempre uno solo: invertire la tendenza della pericolosa disaffezione alla lettura dei giornali e dell'erosione di fiducia nei media.

E sappiamo fin troppo bene quanto il patrimonio educativo e la visione del futuro su cui si fonda il progetto - la lettura comparata e ragionata dei media, il confronto e la verifica delle fonti, lo sviluppo dello spirito critico e la presa di coscienza della necessità di affidarsi ad esperti selezionati nel momento in cui gli strumenti individuali non sono sufficienti - siano di cruciale importanza nel mondo contemporaneo.

Parte I

Media Literacy

Se fantastichiamo di varcare la soglia di un'aula immaginaria, sulla cui porta sia indicato - come materia di lezione - la "Media Literacy", siamo sicuri di sapere a cosa stiamo andando incontro? Che cosa significa "literacy", parola tanto utilizzata (e forse un po' abusata) anche nel nostro Paese, da sempre forse un po' troppo incline ad utilizzare definizioni straniere per concetti esprimibili benissimo nella nostra lingua? In italiano, "literacy" viene solitamente tradotto con "educazione" - e ciò di cui stiamo parlando ora è, a rigore di termini, l'educazione ai media.

Alla loro lettura, visione, fruizione critica, informata e responsabile.

È di questo che, ormai da due decenni, si occupa - entrando nelle scuole secondarie superiori di tutta Italia, settimana dopo settimana, con le copie digitali e fisiche dei giornali nazionali e locali, e con le pubblicazioni e i progetti ben rappresentati dal testo che state sfogliando - "Il Quotidiano in Classe".

Se l'idea di educazione ai media è una sola e apparentemente di facile definizione, lo è meno affrontare il discorso degli strumenti. Le piattaforme con cui l'informazione, le news, entrano nel nostro quotidiano sono cambiate, si sono evolute e moltiplicate con una velocità impressionante negli ultimi anni.

Se un tempo essere educati ai media voleva dire, in buona sostanza, essere avvicinati alla lettura dei quotidiani, o formati alla visione critica delle notizie televisive, oggi la realtà è infinitamente più sfaccettata, complessa e faticosa da comprendere e analizzare. Approcciarsi ai media e al mondo dell'informazione in modo critico implica uno sforzo, una fatica, un impegno costante. Nel caos e nella complessità che ci circondano, la Media Literacy diventa una guida, un allenamento, una strategia per imparare ad agire in difesa dei valori chiave di una società democratica.

L'educazione ai media va quindi di pari passo con l'educazione civica, mai come oggi pilastro fondamentale del percorso scolastico nel nostro Paese.

Essere formati per diventare cittadine e cittadini attivi e responsabili significa imparare a valorizzare dignità e diritti di ogni essere umano, ma per farlo dobbiamo saperli individuare, conoscerli, essere informati sulle violazioni e gli abusi cui donne e uomini come noi sono soggetti in ogni parte del mondo.

Significa essere consapevoli della necessità collettiva di rispettare e tutelare l'ambiente, di costruire una società e uno stile di vita sostenibili per il nostro pianeta: una consapevolezza che si costruisce soltanto approfondendo le nostre conoscenze scientifiche, osservando in maniera critica il mondo che ci circonda, mettendo a confronto fatti e opinioni.

Significa dare importanza alla democrazia, a uguaglianza ed equità, alle differenze di genere, ma per farlo, è necessario saper comunicare, dialogare, rispettare i punti di vista dell'altro, imparare a costruire il futuro insieme, sulla base di una conoscenza ragionata e non sulle reazioni emotive e sui pregiudizi.

Significa imparare a muoversi a cavallo tra mondo reale e mondo digitale, imparando le regole di comportamento e rispetto reciproco da adottare in entrambi i contesti, assumendoci le nostre responsabilità individuali e collettive, allenandoci a comunicare i nostri bisogni e rivendicare i nostri diritti senza calpestare quelli degli altri, creando uno spazio collettivo di scambio e conversazione rispettosi e capaci di ascolto dell'altro.

Maurizio Molinari

Direttore, *la Repubblica*

I contenuti intellettuali sono oggi il bene più scambiato sul pianeta. Se noi andiamo a vedere il traffico dei dati, ci accorgiamo che la maggior parte riguarda contenuti intellettuali - e in questo includiamo ovviamente contenuti scritti, immagini, video. I giornali in questo senso sono il vettore più consolidato, più credibile e più affidabile di contenuti intellettuali. Lo sono sulla carta così come lo sono nella realtà digitale.

Perché avviene tutto ciò? Perché i quotidiani sono il frutto del lavoro di comunità intellettuali gestite con una catena di comando basata sulla responsabilità personale.

Dunque, a partire da questa riflessione, possiamo dire che i giornali sono lo strumento migliore a disposizione dei lettori per avere notizie e informazione di qualità, proteggendosi dalle fake news. Che cosa sono le fake news? Sono notizie false che vengono quasi sempre diffuse da siti o da entità gratuite, che non rispondono a nessuno su ciò che pubblicano proprio in quanto gratuite.

I giornali, invece, hanno un nome (la testata), un direttore responsabile e soprattutto hanno le giornaliste e i giornalisti, ciascuna e ciascuno responsabile in prima persona di ciò che pubblica.

Se entriamo nell'ambito dell'evoluzione digitale del nostro Paese, credo che i giornali ne siano oggi lo strumento più avanzato. Ed è interessante in questo senso osservare la complementarità tra la parte digitale e quella di carta: la parte digitale è quella più generalista, più multimediale, quella attraverso cui sviluppiamo nuove tecnologie e abbiamo accesso a tipologie diverse di pubblico, quella in cui riusciamo a coprire tutti i fatti che avvengono, nel momento in cui avvengono.

La carta, d'altro canto, rappresenta la qualità, la riflessione, il commento, l'approfondimento. Sostanzialmente possiamo dire che è ancora la carta a fare la differenza. Il digitale ci consente di sapere ciò che avviene in tempo reale, ma se abbiamo la volontà, l'ambizione, il desiderio di capirne di più, di andare oltre, allora serve la carta. Perché è la carta che ci dà lo spazio e il tempo necessari per approfondire. I tempi sul digitale, sia quelli di produzione che di lettura delle notizie, sono sempre più stretti. La lettura di un contenuto sul digitale non va in media oltre i due minuti e mezzo, mentre per leggere un articolo sul quotidiano di carta ci mettiamo almeno dieci minuti. E questo ovviamente cambia la nostra percezione ed elaborazione dell'informazione.

Quella di cui stiamo parlando è la realtà in cui mi muovo ogni giorno, è la mia esperienza quotidiana da quando sono arrivato a Repubblica. Dedico ogni giorno molto tempo allo sviluppo di questa complementarità tra carta e digitale. In un quotidiano, oggi, la catena del comando deve essere in grado di elaborare due prodotti perfettamente complementari, nella mente di chi li produce ma anche in quella di chi li consuma. Come si traduce questo nella pratica? Ad esempio, con il fatto che se arriva una notizia dirompente la mettiamo subito sul sito, ma se ab-

biamo tra le mani un'intervista, un approfondimento, qualcosa che ci caratterizza e ci identifica come testata, allora lo mettiamo su carta.

In questo momento storico stiamo attraversando una fase di trasformazione nelle modalità di consumo dei contenuti intellettuali. Veniamo da una stagione in cui esisteva soltanto la carta, e ci troviamo di fronte a un pubblico giovane che nella stragrande maggioranza consuma soprattutto contenuti digitali. Però sono convinto che, esattamente come era accaduto con la radio nel momento in cui debuttò la televisione, i due prodotti siano destinati a convivere.

La storia dell'umanità ci conferma che nell'evoluzione dei sistemi di diffusione delle notizie, gli strumenti nuovi convivono sempre con quelli che li hanno preceduti.

Tutto ciò ovviamente non significa che non sia vero che i giovani in maggioranza trovano le notizie sui social network e sui siti online; piuttosto vorrei sottolineare come stiamo sempre più muovendoci verso un sistema ibrido, in cui le fonti di informazione sono molteplici. E questo sono convinto che sia un aspetto positivo, un'evoluzione rispetto al passato.

Pensiamo per un attimo a quando esistevano soltanto i giornali in carta stampata: in fondo si trattava di fonti che al più venivano passate di mano in mano e lette da un certo numero di persone, ma la loro vita finiva lì. Poi ad un certo punto è arrivata la radio, che ha arricchito i contenuti forniti dai quotidiani; alla radio si è aggiunta la tv, con un ulteriore arricchimento; e oggi la stessa cosa è avvenuta con il digitale. Sono tutte sovrapposizioni che ci consentono di ampliare i nostri orizzonti.

Lo sforzo che facciamo - e in questo senso il lavoro che portiamo avanti insieme all'Osservatorio Permanente Giovani-Editori sul fronte della Media Literacy è davvero molto importante - sta nel provare a far sì che chi ha raggiunto la fase più avanzata di questo sviluppo, e cioè i giovani che cercano l'informazione direttamente sui social, non abbandonino lo strumento originale. Siamo, come si diceva, in un momento rivoluzionario, e se è bene che la "testa" della rivoluzione corra molto, il ruolo di un'organizzazione come l'Osservatorio - una realtà di cui come Gedi siamo orgogliosi di fare parte - è quello di mettere a disposizione tutti gli strumenti necessari per affrontare questo percorso, inclusa la carta, che è lo strumento principe dell'approfondimento.

La nostra, in questo senso, è un'esperienza che si modifica ogni giorno, perché ci troviamo fisicamente immersi in una situazione di trasformazione.

Il mio lavoro di domani sarà diverso da quello di ieri, e non è una frase fatta.

Ma un dato è certo: se nel nostro percorso di apprendimento partiamo dalla carta, avremo basi necessarie e sufficienti per sviluppare il digitale. Se invece si parte dal digitale, non si arriva alla carta. È molto importante che i ragazzi arrivino ad assimilare i contenuti digitali dopo aver imparato a leggere i libri, a concentrarsi su testi lunghi. Più si corre verso i tempi rapidi e contratti del digitale, più è importante che si costruiscano a monte queste basi, già dalle primarie e dalle medie di primo grado: bisogna tornare a imparare le poesie a memoria, a leggere un libro al mese... e a far arrivare i giornali in classe. La lettura non è un'abitudine immediata, comporta tempo.

Ed è proprio questa abitudine che dobbiamo sforzarci di ricostruire, insieme.

Luciano Fontana

Direttore, *Corriere della Sera*

Credo che lo sviluppo enorme dell'informazione digitale ci abbia principalmente fatto capire quanto sia importante orientarsi nel mondo dell'informazione in senso ampio, perché ogni giorno ormai ci ritroviamo bombardati da milioni e milioni di informazioni che ci arrivano da punti diversi, e di queste notizie alcune sono verificate e alcune no, alcuni sono completamente fasulli, o costruiti in maniera deliberatamente errata.

Quindi oggi capire quali siano i criteri che ogni persona, ogni cittadino deve utilizzare per orientarsi in questo mondo diviene una cosa fondamentale, perché nessuno strumento, né gli algoritmi né i "comitati centrali" che dovrebbero valutare la qualità dell'informazione potranno aiutarci se non capiamo in prima persona dove andare ad informarci, come si verifica il contenuto di una notizia, dove si trova un'informazione di qualità e dove invece questa non c'è.

Costruire questa abitudine nei giovani, e dal nostro punto di vista la crescita dei giornali anche nel rapporto che sanno costruire con le nuove generazioni, aiuta proprio ad appropriarsi di questi strumenti. Alla fine ciò che si impara a scuola, nella famiglia, nella società, nei nostri gruppi di riferimento è la cosa fondamentale.

Io ritengo che sia completamente falso, parlando di nuove generazioni, che i giovani non si informano, anzi; probabilmente il tasso di informazione di questa generazione è anche superiore a quello che avevamo noi.

Si informano in un modo diverso, certo. E se continuiamo a ritenere che informarsi sia soltanto leggere un giornale di carta, ovviamente ciò non è quello che in gran parte fanno i giovani. C'è però in questa fascia d'età una profondità di lettura, una capacità di muoversi su più fronti, di cercare riscontri diversi, che prima non si riscontrava.

Le ragazze e i ragazzi di oggi sono diventati in qualche modo ipertestuali, si creano una catena di informazioni che vengono approfondite via via.

Anche e soprattutto in questo contesto si conferma molto importante capire dove ci si informa e come, perché i social li considero uno strumento molto parziale di informazione. Sono infatti in primo luogo uno strumento di messa in relazione delle persone, di costruzione di contatti, una dinamica in cui poi ogni tanto - come in tutte le relazioni, del resto - emergono dei contenuti, delle notizie.

Sotto questo profilo, i social possono servire come punto di aggancio iniziale, come spinta, come suggerimento.

Però diventa molto importante - proprio perché, come dicevamo, oggi l'informazione è ridondante, è tantissima e pervasiva - che in questo flusso costante ci sia una specie di scoglio, un'area a cui possiamo aggrapparci per costruire un'agenda selezionata di informazioni, da consumare in un tempo plausibile, perché non

possiamo passare tutto il giorno a cercare di orientarci tra milioni di notizie.

Dobbiamo quindi concentrarci su delle persone, dei “fornitori di notizie” di cui riconosciamo l’affidabilità. E la riconosciamo perché hanno saputo dimostrarcela, perché possiedono le caratteristiche e le competenze per poter fare questo mestiere. Ma anche così, dobbiamo ricordarci di confrontare il più possibile diverse fonti di informazione. Ed è in questo senso che il lavoro fatto dall’Osservatorio Permanente Giovani-Editori con “Il Quotidiano in Classe” diventa fondamentale: perché ci insegna a mettere a confronto le fonti e le opinioni, ad analizzare le varie angolature, a capire come uno stesso argomento può essere affrontato in modo diverso e a valutare chi, tra i vari interlocutori che abbiamo di fronte, sa farlo meglio. Non è un lavoro che spetta soltanto a lettrici e lettori, intendiamoci.

Il mondo di oggi, lo abbiamo detto, è molto complesso. Ed è indubbio che negli ultimi anni il mestiere del giornalista sia cambiato. Ma se potessi tornare indietro nel tempo e dare al me stesso più giovane, ancora ai primi passi in questa professione, un consiglio preventivo, mi direi semplicemente di andare più in giro, di scoprire il mondo, di fare immersione in esperienze di comunicazione diverse, di entrare a contatto con il giornalismo di altri Paesi.

La competenza globale è oggi indispensabile, più di prima. Per quanto riguarda invece l’attitudine all’innovazione tecnologica, credo di averla sempre avuta. Non sono mai soddisfatto di me stesso, è vero, ma ritengo di avere sempre affrontato questa rivoluzione digitale con uno spirito di avventura e con l’atteggiamento di chi ha desiderio di imparare tutto quello che c’è da imparare su questa trasformazione epocale.

“Il Quotidiano in Classe”

**I nuovi spunti
per l'anno
scolastico
2022/2023**

Guerre mediatiche di Giacomo Buoncompagni Università degli Studi di Firenze

■ Scheda didattica

Il rapporto tra mezzi di comunicazione di massa e guerra non è un elemento riscontrabile solamente oggi nel conflitto ancora in corso tra Russia e Ucraina.

Le tecnologie dell'informazione sono strettamente legate a quelle belliche, si sviluppano in maniera parallela, forniscono nuovi modi di vedere il conflitto che diviene via via una esperienza sempre meno raccontabile e sempre più ermetica. Fin dalla nascita dei primi strumenti d'informazione qualsiasi innovazione è partita dagli ambienti militari.

Al tempo stesso, i media hanno trovato negli eventi bellici un terreno per sperimentare e rafforzare le proprie potenzialità.

Provando a tracciare un percorso storico, oltre che socio-culturale, una prima data importante è stata il 1837. Con la nascita del telegrafo elettrico le innovazioni delle tecnologie della comunicazione ebbero conseguenze rilevanti sul condizionamento dell'opinione pubblica, garantirono maggiore scambio di informazioni e l'annullamento delle distanze tra ciò che accadeva e ciò che poteva essere narrato. Nella guerra in Crimea del 1853 l'esercito franco-inglese, così come i giornalisti, impegnati a seguire e a riferire le imprese, con l'inevitabile filtro delle autorità, poterono avvalersi di un collegamento telegrafico diretto tra Londra e Parigi.

Le potenze coinvolte nel primo conflitto mondiale diedero il via a strutture di controllo dell'informazione, con funzioni di censura e creazione di notizie ed eventi. Stampa e cinema furono i mezzi più utilizzati per raggiungere i numerosi cittadini ancora analfabeti. I cinegiornali e i film di guerra rappresentarono uno strumento decisivo per raccogliere consenso e "vendere la guerra" ai civili.

La radio divenne invece il nuovo medium di riferimento nel secondo conflitto mondiale per eserciti e istituzioni politiche, in quanto capace di riunire nello stesso momento milioni di persone e indirizzare l'opinione pubblica.

Il pieno controllo del fascismo in Italia sulla radiofonia fu l'esempio culminante di una pratica di orientamento globale dell'informazione che puntava sulla manipolazione ideologica, diretta a vincere non tanto il nemico, ma le resistenze culturali interne.

Con la guerra del Vietnam (1955), l'informazione televisiva americana supportava pienamente la "missione civilizzatrice" degli Stati Uniti, posizionandosi tra le armi ideologiche della Guerra fredda e fungendo da "megafoni del potere".

Dopo la caduta del muro di Berlino (1989) il mondo venne attraversato da numerosi conflitti con caratteristiche profondamente diverse rispetto alle precedenti guerre mondiali.

Le “nuove guerre” (o guerre postmoderne) mostrarono fin da subito elementi differenti.

Parliamo di conflitti ancora oggi geograficamente lontani dall’Occidente e dai centri dell’informazione globale. Riguardano infatti zone “periferiche” dei Paesi del Nord, come Africa o Est Europa. Per questo è ancora valida la definizione di “guerre degli Altri”. Esse vengono osservate dalla nostra “finestra” locale, senza coinvolgerci direttamente.

Un aspetto particolare di questi scontri è il rapporto con i media e il loro racconto in tempo reale.

Un esempio spesso riportato in letteratura di “guerra mediatica postmoderna” riguarda il genocidio in Rwanda, avvenuto il 6 aprile del 1994, particolarmente interessante in quanto capace di evidenziare l’interconnessione dei processi mediali, politici, locali ed internazionali.

Quel conflitto non scoppiò all’improvviso solo a causa di odi tribali, ma fu il risultato di diversi mesi di propaganda tesa a creare separazione tra le comunità locali di hutu e tutsi, attraverso lo strumento della radio e delle reti politiche-televisive internazionali. Proprio là dove prima esisteva una forma di convivenza, anche se travagliata.

Se nelle vecchie guerre i media rappresentavano un ottimo strumento di creazione del consenso e di demonizzazione del nemico, la loro azione però interveniva in un contesto in cui le demarcazioni e i confini politici erano già chiari.

Nelle nuove guerre il ruolo dell’informazione è ancora più importante, in quanto flusso necessario a estendere i criteri di inclusione ed esclusione a tutta la popolazione.

Un nuovo drammatico capitolo che riguarda il binomio guerra/media si è aperto l’11 settembre 2001, con l’attacco terroristico a New York.

Il primo shock globale riguardante la grande questione del dialogo tra le culture del mondo globalizzato.

L’obiettivo del gruppo terroristico di Al Qaeda era ottenere, attraverso i media, il massimo risultato distruttivo con uno sforzo relativamente basso all’interno della sfera pubblica.

Se ben ricordiamo, pochissime persone assisterono allo schianto del primo aereo e all’incendio della prima Torre. Un cine-operatore stava filmando l’edificio in quel preciso momento, con una inquadratura quasi perfetta. Quella ripresa fu resa pubblica pochi giorni dopo, ma fu il secondo attacco invece ad essere visto in diretta da milioni di persone.

Questo perché le telecamere della CNN e di altre televisioni erano già puntate sul primo edificio in fiamme, prima del crollo della seconda torre.

Molto probabilmente l’intervallo di circa 18 minuti tra il primo e il secondo attacco fu pianificato dagli attentatori proprio per permettere di prepararsi agli operatori dell’informazione.

L’intera “performance” costituì il più grande caso di riconoscimento collettivo della storia.

Anche negli ultimi eventi connessi al conflitto Russia - Ucraina, a partire dal febbraio 2022, sono evidenti le difficoltà nel contenere gli effetti di determinate strategie e logiche politiche-militari e medialità capaci di destabilizzare il sistema dei rapporti socioeconomici tra i diversi Stati.

La crisi tra Russia e Ucraina sta mostrando in tutta la sua forza uno dei principi fondamentali dei nuovi conflitti medialità: la natura virtuale (cyber) della guerra.

Il terreno dove lo scontro si vince in anticipo è quello del web.

Le campagne di disinformazione e le ondate di fake-news studiate a tavolino riescono a creare pretesti per generare la scintilla di una guerra, ma anche per influenzare e direzionare il *sentiment* dell'opinione pubblica che partecipa attivamente attraverso le numerose piattaforme social.

Ogni messaggio viene costruito seguendo gli obiettivi dei Paesi coinvolti e le logiche dei social media: velocità, trans-medialità ed emotività.

■ Traccia per l'attività in classe

Un lavoro interessante da proporre in classe potrebbe essere analizzare dal punto di vista storico-comunicativo la propaganda delle guerre contemporanee.

Singolarmente o a piccoli gruppi, gli studenti potrebbero raccogliere del materiale cartaceo, fotografico, audio-video o digitale che riproduce quegli elementi che hanno caratterizzato uno specifico conflitto o il racconto pubblico di quest'ultimo. Anche non conoscendo in modo approfondito il contesto storico-culturale dei Paesi coinvolti nella guerra, il confronto tra i materiali raccolti, soprattutto visuali, aiuterà gli studenti a rilevare e comprendere l'importanza e l'abbondanza di simboli e strategie comunicative, così come i tentativi di manipolazione della realtà.

In un momento successivo potrebbe essere avviato un secondo percorso di ricerca online, selezionando e leggendo alcuni articoli di giornali di testate differenti, ma riguardanti una stessa guerra. L'obiettivo sarà capire come le diverse narrazioni possono stimolare immaginari differenti e suscitare diverse emozioni pur appartenendo ad uno stesso evento.

Fra pandemia e infodemia

di Giacomo Buoncompagni

Università degli Studi di Firenze

■ Scheda didattica

La pandemia di Covid-19 è stata senza dubbio un evento eccezionale a livello globale che ha rinchiuso in casa miliardi di persone, lasciandole senza lavoro o fuori da scuole e uffici pubblici, portando gli ospedali delle piccole e grandi città al collasso.

La crisi sanitaria, iniziata nel febbraio 2020, è, allo stesso tempo, uno dei tanti shock globali dopo l'attacco terroristico dell'11 settembre e la crisi economico-finanziaria del 2008 e uno degli effetti collaterali della società globale con il quale dovremmo imparare a convivere in modo stabile.

Come afferma il sociologo Mauro Magatti nel recente lavoro "Nella fine è l'inizio" (2020), il Covid-19 è un microscopio per leggere il nostro tempo che mette a nudo i numerosi aspetti che ci sfuggono, ma è anche un telescopio per prevedere socialmente ciò che accadrà nei prossimi mesi e anni.

La pandemia ha radicalizzato le tensioni già presenti nel retroscena della nostra società, questioni irrisolte come quella del rapporto con l'alterità, dell'illusione della libertà e del controllo, della (sub)cultura della sorveglianza, della vulnerabilità e dell'assenza di rischio. Citando lo studioso britannico Anthony Giddens, in questi mesi sono franati alcuni dei pilastri della vita sociale e le fondamenta della nostra sicurezza ontologica.

Improvvisamente il mondo, con il Coronavirus, non sembra più essere una realtà così sicura, dotata di senso, continuità e stabilità. Anche le informazioni, utili a comprendere i continui mutamenti sociali e dare significato ai numerosi pezzi di realtà pubblicamente narrata, sembrano essere poco importanti nell'emergenza, o peggio ancora, inaffidabili.

Le nostre società sono diventate il luogo del rischio, ma anche della disinformazione.

Il Covid-19 ha dunque colto tutti di sorpresa, anche da un punto di vista della "salute" della nostra comunicazione.

Dalla Cina, dove tutto sembra aver avuto origine, le notizie sono filtrate tardi e in modo distorto, e nella maggior parte dei Paesi europei, benché i segnali fossero già presenti da diverse settimane, solo nel mese di marzo 2020, a contagio ormai diffuso, si è arrivati a riconoscere la gravità di quello che stava effettivamente accadendo.

Già da gennaio di quello stesso anno, l'epidemia era diventata notizia, i telegiornali italiani ed europei raccontavano su tutti i canali news lo spettacolo spettrale delle strade vuote di Wuhan.

L'annuncio di inizio pandemia su tutti i media globali, da parte dell'Organizzazione Mondiale della Sanità, è stato chiaro fin da subito, "ci aspettiamo di vedere il numero di casi, il numero di morti e il numero di Paesi colpiti salire ancora più in alto". L'11 marzo 2020, 114 Paesi avevano riferito che 118.000 avevano già contratto il Covid-19, la malattia nota inizialmente come SARS-CoV2. Già circa 4.300 persone erano morte.

Negli Stati Uniti, dove per settimane i laboratori statali e locali non avevano potuto testare il virus, erano stati diagnosticati poco più di 1.000 casi e 29 decessi. Eppure, si è preferito pensare che le numerose allerte fossero esagerate; è sembrato "inopportuno" disturbare l'opinione pubblica terrorizzandola per un "semplice raffreddore".

All'inizio ha infatti vinto la "presunzione di immunità", di estraneità. Il problema non è di tutti, riguarda solo qualche paese, possiamo uscirne, durerà poco. Poi lo shock di realtà, l'impennata dei numeri dei ricoveri, e le immagini drammatiche delle terapie intensive hanno cominciato a circolare sui media tradizionali e sui social network e ci siamo ricordati di vivere in un mondo interconnesso. Un mondo dove la realtà esistente non è sotto il nostro controllo.

Come infatti evidenziato da Ulrich Beck, in un suo noto saggio sulla "Società del rischio" del 1992, le nostre società avanzate presentano come caratteristica fondamentale la strutturale esposizione al rischio. L'economia moderna stessa si fonda sulla disponibilità dell'imprenditore a "rischiare", cioè a compiere una scelta in condizioni di incertezza.

All'interno dei *Global Risks Reports* pubblicati recentemente da parte del *World Economic Forum*¹, viene più volte ripreso il concetto di "rischio" nella modernità. In particolare, è importante distinguere cinque grandi famiglie di rischi: economici (disoccupazione, deflazione, crisi fiscale), ambientali (perdita della biodiversità, cambiamento climatico); geopolitici (terrorismo, distruzioni di massa), sociali (crisi alimentari, epidemie, migrazioni) e, soprattutto, tecnologici-comunicativi. Quest'ultimi comprendono furto di dati online, cyber attacchi e disinformazione. Non è un caso dunque se, oltre alla parola "pandemia", sia emersa nella sfera pubblica un secondo concetto ai più sconosciuto che ha caratterizzato il periodo di crisi sanitaria, un termine poi riportato da tutti i media, utile per descrivere il caos informativo intorno al tema "salute" durante il Covid-19: "infodemia".

Una parola, non nuova, coniata prima dal politologo David Rothkopf e riutilizzata poi dall'Organizzazione Mondiale della Sanità già dall'inizio dell'emergenza pandemica.

"Infodemia" fa riferimento alla presenza di un sovraccarico di notizie riguardante uno specifico evento che confonde l'opinione pubblica, travolge i media e mette in crisi le istituzioni, in quanto condiziona pesantemente la nostra mente e la capacità di elaborare correttamente le molteplici informazioni.

Alcuni fatti, scrive Rothkopf mescolati alla paura, alle voci, alle speculazioni, amplificati e trasmessi in tutto il mondo dalle moderne tecnologie dell'informazione,

1 <https://www.weforum.org/reports>

hanno la capacità di influenzare economie, politiche e lo stato di sicurezza di molte nazioni, o, in alcuni casi, traumatizzare la collettività.

Di fronte ad una pandemia si è per definizione impreparati e l'eccezionalità della situazione, anche italiana, ha generato caos e sfiducia a tutti i livelli: nelle istituzioni, tra i cittadini, e anche nel mondo del giornalismo.

L'*overload* informativo ha alimentato il dubbio, la rabbia sociale, la polarizzazione e l'odio verso l'altro, sia esso migrante, turista o vicino di casa, in quanto tutti possibili portatori di virus.

Nei media italiani la narrazione della pandemia ha occupato le prime pagine della carta stampata e online per molte settimane.

Non vi è alcun dubbio che le numerose morti, la confusione comunicativa, l'intervento tardivo da parte delle Istituzioni nazionali ed europee, la mancanza di una cura, la crisi sanitaria prima ed economica poi siano fattori che abbiano gravemente colpito la vita privata e professionale di ogni individuo.

Ma come questa situazione di emergenza inaspettata sia stata esattamente percepita, quali siano stati gli effetti e come tali configurazioni influenzino ancora oggi la vita quotidiana collettiva nella "nuova normalità" non è stato sufficientemente concettualizzato.

Ciò che definiamo "trauma", nel senso comune, si riferisce a qualcosa comunemente vissuto e intuitivamente comprensibile, ma in realtà questo è il prodotto di un articolato lavoro di produzione sociale di significato definito "spirale di significazione". Ciò che diventa traumatico per la collettività non è solo l'evento in sé, ma la sua rappresentazione.

La spettacolarizzazione del virus, è stato un racconto spesso confuso, senza pause. I numerosi interventi di esperti, o presunti tali, nello spazio dei media hanno accelerato il processo infodemico generando paura, confusione, disagio e sfiducia tra i vari pubblici.

Non è vero che più informazione (o l'accumulo di informazione) produca verità. Quando non c'è direzione, ma improvvisazione e disordine, viene meno il senso. Nelle crisi istituzioni e cittadini chiedono trasparenza. Le persone hanno paura di ciò che non è immediatamente spiegabile e comprensibile. Istituzioni e giornalisti dovrebbero ripartire da qui.

■ Traccia per l'attività in classe

Durante il lungo periodo di emergenza sanitaria è diventata sempre più evidente l'esposizione dei cittadini alla disinformazione, un problema che riguarda adulti e studenti allo stesso modo. Avviare in classe un piccolo laboratorio settimanale o mensile "anti-fake-news", in questo periodo di crisi, potrebbe essere stimolante per gli studenti e uno strumento per evitare atteggiamenti passivi di fronte ai numerosi flussi informativi. Un'attività da proporre potrebbe prevedere la suddivisione in piccoli gruppi, micro-redazioni giornalistiche, e consegnare loro delle schede contenenti brevi sintesi di notizie. Gli studenti in circa 10 minuti, dopo essersi

confrontati tra loro, dovranno prendere una decisione condivisa su come classificare le notizie tra vere e false, affidandosi alle loro conoscenze pregresse e al ragionamento di gruppo, e solo in un secondo momento approfondire la loro ipotesi utilizzando internet e consultando diverse fonti.

L'involuzione della libertà di espressione

di Alessandro Latterini

Università degli Studi di Firenze

■ Scheda didattica

La libertà di espressione è considerata uno dei capisaldi dello stato liberaldemocratico. A seguito del secondo conflitto mondiale, tale principio è stato inserito nelle costituzioni di vari Paesi, divenendo così parte integrante dei “diritti inviolabili”. La libertà di espressione si riferisce in particolare alle capacità di un singolo o di un gruppo di esprimere le proprie credenze, pensieri, idee ed emozioni senza l'impedimento di terzi.

Nei decenni successivi, tale libertà è stata esercitata dai cittadini in tutte le dimensioni tanto quelle istituzionali, quanto quelle sociali (dal Parlamento alle reti familiari). La rivoluzione tecnologica ha permesso ai singoli di poter diffondere su scala globale il proprio pensiero. Ciò è stato reso grazie alla rete (la quale scavalca di gran lunga i confini nazionali) e alle piattaforme (social) ideate e progettate dalle grandi compagnie.

Lo sviluppo repentino delle tecnologie genera delle importanti ripercussioni, in quanto da un lato si riscontra un allargamento della libertà di espressione, mentre dall'altra una centralità delle aziende proprietarie delle piattaforme nelle relazioni sociali, specie quelle che hanno una implicazione di natura politica.

Come suggerito da Kranzberg oltre trent'anni fa, “la tecnologia non è né buona, né cattiva” e non ha nemmeno “uno scopo a sé stante”. Tuttavia “non è neutrale”, in quanto i suoi effetti sono guidati da scelte umane. Indirizzare le scoperte tecnologiche in un'ottica di maggior benessere delle collettività non è facile. Occorrono grandi sforzi da parte delle autorità, anche se non è chiaro a quale soggetto spetti effettivamente la regolamentazione del fenomeno.

Nella dimensione offline, l'unico soggetto giuridico legittimato ad intermediare tra due o più soggetti è lo Stato. Nell'arena online i soli ed unici detentori di tale funzione sono i proprietari delle grandi piattaforme. Essi detengono tutte le informazioni utili per poter esercitare la potestà decisionale nei confronti degli utenti iscritti.

Negli ultimi mesi il tema della libertà di espressione nelle piattaforme è tornato alla ribalta a seguito della proposta di acquisto da parte di Elon Musk della piattaforma Twitter per 44 miliardi di dollari. Qualche giorno dopo l'offerta, l'acquirente ha delineato quale sarebbe stato il “nuovo corso” del social.

Il Ceo di Tesla ha promesso di garantire il massimo grado della libertà di parola, considerandola “il fondamento della democrazia funzionante”, e quindi rivedrà le policy che regolano la sospensione degli account da Twitter.

Su questo aspetto, Musk ritiene che la rimozione permanente dell'account di Donald Trump sia stata una "mossa moralmente sbagliata e stupida" e che le restrizioni per gli utenti dovrebbero essere ridotte al minimo.

Un altro aspetto fondamentale da risolvere nel social è quello relativo ai bot e gli scammers. Twitter è pieno di account "fake" e non si sa a quanto ammontano realmente. Questi profili, beneficiando dell'anonimato, pubblicano contenuti quanto meno equivoci e, talvolta, mettono in piedi delle vere e proprie truffe. La soluzione prospettata da Musk sarebbe l'autenticazione a due fattori come avviene per Facebook e Instagram. Infine, ha promesso di rendere gli algoritmi open source, mediante il caricamento dei codici su GitHub. È un percorso estremamente complesso, ma qualora dovesse andare in porto potrebbe imprimere una svolta storica. Attualmente la trattativa è saltata perché i vertici di Twitter hanno rifiutato pubblicamente la richiesta di Musk di mostrare prove concrete che l'ammontare degli account falsi fossero minori del 5% rispetto al totale degli utenti. In seguito al dietrofront di Musk, i legali del social hanno presentato una denuncia formale presso la corte del Delaware affinché si concretizzi l'acquisizione concordata nel mese di aprile.

Secondo il report elaborato da Hootsuite, Twitter ha 465 milioni di utenti iscritti corrispondente al 10% della popolazione totale di internet. Di questi, 217 milioni effettuano l'accesso almeno una volta al giorno.

La vicenda di Twitter pone in risalto la debolezza del principio della libertà di espressione all'interno della rete. Essa è subordinata alle decisioni dei proprietari delle piattaforme, i quali ne stabiliscono il grado. Tali risoluzioni sono sottratte ad ogni forma di controllo. Le piattaforme digitali agiscono come soggetto di natura giuridica privata, ma prendono decisioni di natura pubblica, in quanto stabiliscono l'ampiezza della libertà di espressione dei singoli e le modalità per il godimento di tale diritto. In questo frangente, il ruolo dello Stato diventa marginale, perché non può intervenire direttamente sulle questioni interne alla piattaforma e intraprendere azioni (anche legali) nei confronti degli utenti.

Consci della loro posizione di subalternità, le autorità statuali hanno fatto pressione sulle compagnie affinché adottassero regolamenti interni in grado di disciplinare i casi di abuso della libertà di espressione. L'esito di tale processo è stato ambivalente, perché all'interno delle piattaforme sono stati creati dei veri e propri comitati di controllo indipendenti sia dalla piattaforma stessa, sia dai singoli stati. La creazione del Comitato rimane pur sempre una "concessione" dall'alto e, al di là delle buone intenzioni, non vi è alcun obbligo giuridico di adeguamento da parte della piattaforma alle indicazioni di tali organi.

In questa ottica il problema della libertà di espressione (e di informazione) inizia ad essere molto serio perché le piattaforme social sono diventate uno strumento quotidiano ed universale di interazione (basti pensare alle dimensioni della vita sentimentale, oppure quella professionale). Le persone riversano su queste piattaforme una quantità di informazioni sensibili e necessitano di una tutela da parte dell'ordinamento giuridico.

Ad essere a rischio non sono solo le opinioni ed i sentimenti privati, ma anche tutte quelle idee politiche “alternative” o “controcorrente” rispetto all’orientamento ufficiale dei principali soggetti economici e delle Istituzioni pubbliche.

Il repentino sviluppo delle tecnologie ha prodotto nuovi equilibri sociali e politici. La sfida odierna delle istituzioni democratiche di natura politico-giuridica consiste nel bilanciare i rapporti di forza tra le piattaforme e tutti gli altri soggetti sociali. Così facendo saranno garantite nuovamente tutte le libertà fondamentali.

Se a livello teorico il sentiero è stato tracciato restano molti nodi da sciogliere dal punto di vista operativo, soprattutto su chi dovrà effettuare i controlli per garantire tali diritti (lo Stato o le autorità indipendenti?). La strada è ancora lunga, ma oramai gran parte della società ritiene questi quesiti di fondamentale importanza per la salute delle democrazie. Sicuramente, in futuro ci saranno ulteriori sviluppi.

■ Traccia per l’attività in classe

Un’attività da svolgere in classe potrebbe consistere nell’immaginare di essere i proprietari di una grande piattaforma come, ad esempio, Twitter o Facebook e di avviare un dibattito sulle modalità attraverso cui assicurare la libertà di espressione degli utenti iscritti nella piattaforma, rispondendo a queste o anche altre domande:

- Istituire un organismo di controllo interno, oppure garantire la massima libertà di espressione?
- Come tutelare gli utenti vittime di messaggi di odio all’interno della piattaforma?
- Che ruolo dovrebbe assumere lo stato?

Scheda

La cultura si fa informandosi

di Giacomo Buoncompagni

Università degli Studi di Firenze

■ Scheda didattica

Nell'era digitale e dell'iperconnessione sono tante le questioni dibattute ogni giorno. Particolarmente interessante è riflettere sui prodotti culturali, i flussi di notizie, e il campo che li connette: l'informazione culturale.

Quest'ultima ha numerose funzioni, come ad esempio aiutarci a comprendere cosa accade nel mondo, guidarci nella ricerca di cosa viene scritto e pubblicato, cosa vale la pena leggere, vedere o ascoltare.

Tra i prodotti culturali per eccellenza troviamo prima di tutto il libro.

È scontato evidenziarlo, ma va sempre ricordato che la stampa è stata fin da subito uno straordinario strumento di espansione della lettura, dunque di conoscenza. Per decenni ha rappresentato il crocevia principale per la conoscenza, fino all'avvento del giornalismo industriale e del giornale di massa, che assieme all'alfabetizzazione, hanno allargato la cerchia di lettori e modificato il mercato editoriale. Radio e televisione hanno accentuato questi processi modificando le abitudini dei loro pubblici, i loro consumi culturali, gli stili di vita e i valori di riferimento, i tempi e le caratteristiche del tempo libero.

Dal mondo della parola, che da sempre ha caratterizzato l'individuo e le sue relazioni, si è passati al mondo dell'immagine.

Con il diffondersi del web, all'inizio degli anni Novanta, le abitudini di consumo sono divenute sempre più sfuggenti e variegate. Attualmente i luoghi in cui si parla di cultura sono tantissimi.

Il baricentro della nostra quotidianità sono diventati i dispositivi elettronici e gli schermi, l'accesso all'informazione, anche culturale, è diretto, senza barriere né limiti temporali o di luogo.

Come afferma il giornalista Giorgio Zanchini, il libro e il giornale non sono più gli unici architravi su cui poggia la trasmissione delle conoscenze. Si sta infatti indebolendo sensibilmente anche il processo di mediazione.

Il ruolo cioè di chi seleziona, certifica, mette ordine nell'accesso al sapere.

Tutto quel complesso di attività che critici, editori, giornalisti hanno esercitato per generazioni viene ora ri-trasmesso dai differenti pubblici con livelli diversi di possibilità e capacità di accesso alle infrastrutture digitali e informative.

Anche per questa ragione, gli spazi online dove si comunica il sapere, dove ci si informa sul campo culturale, dove ci si scambiano informazioni, dove si discute, appaiono aperti, infiniti e "democratici".

Riprendendo le parole del critico letterario Marino Sinibaldi, oggi l'informazione culturale, ovvero la cinghia di trasmissione tra il prodotto culturale e il suo pub-

blico, è diventata polimorfa, ubiqua, partecipata. Si sono moltiplicati i canali di trasmissione e gli strumenti di ricezione e i giovani crescono con un'idea molto meno strutturata del campo culturale.

Il sistema culturale non appare più come una piramide in cui pochi decidono cosa è importante sapere e cosa non lo è; ma piuttosto come un network, un corpo vivo che partecipa attivamente alla selezione, alla valutazione culturale e alla produzione di "senso".

Il tecno-ottimismo, però, sembra avere vita breve nel momento in cui lo sguardo sulla rivoluzione digitale diventa più ampio (e critico).

Rispetto a questi processi, fino a qualche anno fa, i due timori principali erano legati al sovraccarico e alla frammentazione delle informazioni online, e quindi del pubblico della cultura, e al processo di rifeudalizzazione dei saperi, una nuova compartimentazione potenzialmente portatrice di nuove esclusioni.

Oggi si aggiungono ulteriori dubbi e preoccupazioni che sembrano invece orientarsi verso una condizione di potere dei grandi *players* globali del mondo del web e dei social network: i grandi attuali mediatori dell'informazione, con una funzione non dissimile a quella che svolgevano un tempo riviste e giornali.

Ci si chiede dunque se sia positivo che funzioni culturali come la scrittura di documenti, la ricerca di informazioni, la condivisione di contenuti siano un gigantesco oligopolio globale.

Il rischio è quello della divisione del cosiddetto web sociale in territori sempre più "privati" e controllati dai colossi che cercano di essere quasi tutto per tutti, dove competizione economica, profilazione e monetizzazione degli utenti e dei loro dati siano i principali obiettivi.

La rete e i social network rafforzano una caratteristica strutturale dei media, quella di essere costruttori di relazioni. Se oggi otteniamo notizie attraverso aggregatori e social network significa che a costruire il nostro palinsesto saranno sempre più le nostre relazioni supportate dalla logica dell'interconnessione. Il nostro modo di informarci rischia così di essere meno gerarchico, più complesso, e, perché no, meno affidabile.

Gli algoritmi di Facebook, Amazon e Google, grazie ai loro *cookies*, diventano selezionatori di fatti e di realtà. I pubblici connessi forniscono alle piattaforme informazioni su loro stessi e i propri gusti. E gli algoritmi tendono a indicarci suggerimenti in linea con quei gusti e ad assecondare percorsi fatti in precedenza, creando delle bolle culturali e informative a nostra "immagine e somiglianza".

Il sistema digitale rafforza insomma le bolle informative, così come si rafforza una logica che accentua il carattere emozionale delle storie a discapito del contenuto razionale e informativo.

Prudenza e approccio critico sono dunque strumenti importanti per orientarsi in rete, ma nel complesso l'ambiente digitale ha fornito, rispetto ai media tradizionali, più accesso, più opportunità e potenzialmente più sapere.

Citando David Sassoon, storico e saggista britannico, “varietà e cambiamento sono, in ogni caso, componenti genetiche del processo culturale”¹.

Dunque, opporsi o demonizzare le rivoluzioni comunicative mediali è fatica vana, meglio comprendere ciò che accade in maniera consapevole, orientando l’evoluzione dove sembra più utile e desiderabile, smascherando i nuovi poteri e tribalismi e denunciando le subalternità.

Relativamente a quest’ultimo aspetto diventa sempre più importante riuscire a non smettere di parlare di “cultura”, o meglio, di come sono diffusi e comunicati i prodotti culturali e della loro presenza/assenza nei media tradizionali e digitali.

■ Traccia per l’attività in classe

In merito a quanto descritto un tipo di attività da proporre in classe, legata all’informazione culturale, potrebbe essere la seguente: provare a rintracciare l’informazione culturale nei differenti media per registrare; in un secondo momento passare dalla “teoria alla pratica”, formare dunque dei piccoli gruppi e, guidati dai docenti, catalogare l’informazione online riguardante il tempo libero, lo spettacolo, la musica, la letteratura e creare un contenitore virtuale ad hoc. Quest’ultimo può essere una pagina Facebook, un sito, un canale YouTube da aggiornare settimanalmente, stimolando così curiosità e conoscenza dei ragazzi coinvolti.

Anche la scuola può creare e diffondere informazione culturale!

1 *La cultura degli europei. Dal 1800 a oggi*, p. 1346

Il dovere d'informarsi per mantenere la democrazia

di Giacomo Buoncompagni

Università degli Studi di Firenze

■ Scheda didattica

“Tutti hanno diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero, con la parola, lo scritto ed ogni altro mezzo di diffusione”. L'art.21 della Costituzione italiana inizia con questa solenne proclamazione.

La democrazia richiede una partecipazione cosciente dei cittadini e il suo presupposto essenziale è l'informazione, la conoscenza dei fatti e delle situazioni politiche, la libera circolazione delle idee. I cittadini debbono poter esprimere liberamente il proprio pensiero, formulare critiche a chi governa stimolando il dibattito e la discussione, così concorrendo a formare l'indirizzo politico, a modificarlo, a orientarlo.

Anche nell'era digitale, non tutti i cittadini, come sappiamo, dispongono però in concreto di mezzi diversi, rispetto alla parola, che, da sola, non basta per tutelare tale libertà. Per questo è essenziale che sia la stampa, sia la televisione, la radio e soprattutto gli altri media di natura digitale non si tribalizzino nell'esprimere punti di vista.

Così come è essenziale che la loro proprietà non si concentri nelle mani di pochi soggetti.

Il diritto d'informare non sarebbe soddisfatto, e tanto meno il diritto dei cittadini ad essere informati. La libertà è dunque garantita anche dal pluralismo dell'informazione.

Quando più voci diverse vengono ospitate all'interno di uno medesimo spazio mediale si abbassano le possibilità di rappresentazioni distorte che inquinano la democrazia.

L'informazione è quindi un bene fondamentale.

È la nuova bussola per orientarci nell'era dell'iper-comunicazione, è lo strumento culturale e politico per comprendere la complessità sociale e partecipare attivamente alla vita pubblica, è il punto di partenza per dare senso alla realtà e costruire il nostro capitale sociale e culturale.

La rivoluzione tecnologica ne ha potenziato la funzione fino al punto da trasformare l'informazione, soprattutto nelle società elettronica e digitale, in un bene vitale.

Se dovessimo aggiornare la famosa piramide dei bisogni dell'uomo proposta dallo psicologo Abraham Maslow, l'informazione risulterebbe al primo posto in quanto bisogno primario. Quasi allo stesso livello dell'alimentazione e della respirazione. Nell'era digitale assistiamo a una trasformazione ecologica dei media; quest'ultimi da intendere come nuovi ambienti di interazione quotidiana, all'interno dei quali cambiano i pubblici e le modalità di consumo delle informazioni in base ai propri bisogni politici, sociali e culturali.

Ogni trasformazione del sociale, come sottolineava il sociologo Marshall McLuhan, può portare all'illusione di una maggiore conoscenza, aumentando in realtà i rischi, le paure sociali, l'incomunicabilità.

E tra questi il sovraccarico di informazioni è un problema importante che sta colpendo le nostre società, soprattutto nei periodi di forte instabilità.

L'eccesso di contenuti prodotto nei vari ambienti mediali, giornalistici, politici e digitali, crea un disordine e una confusione tale, al punto da rendere impossibile il poter prendere una decisione di fronte ad una specifica questione. Per la ricercatrice dell'Università di Sheffield, Farida Vis, le false notizie nascono proprio all'interno di una situazione di "eccesso" e si diffondono al pari di quelle vere.

Il problema è che i social network non discriminano in base all'autenticità del contenuto, tale compito spetta quindi alle persone.

Le tecnologie di comunicazione digitali sono spesso neutrali, malgrado questo il comportamento dell'individuo può fare la differenza, come per esempio scegliere di citare una fonte esterna o criticare una notizia.

La produzione di contenuti aggiornati non compete più soltanto al comunicatore professionista, il cui ruolo era quello di mediatore nell'individuare notizie, ma ad ogni utente sul web, iscritto ad una chat, ad un blog o a una piattaforma virtuale di qualsiasi natura.

Una delle sfide più difficili ed urgenti che emerge all'interno di questo scenario sociale così complesso è rappresentato dal fatto che gli esseri umani non sono preparati a gestire informazioni in conflitto tra loro, ambigue, non verificate.

La psicologia comportamentale suggerisce come i nostri cervelli preferiscono ricevere informazioni che si conformino a ciò che già conosciamo e in cui già crediamo; perché tendiamo ad interpretare, assimilare, solo le informazioni che, andando a rafforzare ciò in cui crediamo, ci aiutano ad inventare alcuni possibili risvolti, basandoci su ciò che speriamo o temiamo possa accadere.

Il risultato è che finiamo per rifugiarci nelle conoscenze già esistenti e nei nostri pregiudizi.

Ed è proprio così che nascono i *rumors*, dalla nostra reazione umana e cognitiva di fronte ad una situazione sociale di incertezza e dall'accumularsi di contenuti complessi.

I ricercatori Nicholas Di Fonzo e Prashant Bordia definiscono la voce, il *rumor*, come affermazioni non verificate, ma soprattutto strumentali, che nascono in contesti di incertezza, pericolo o potenziale minaccia e che hanno la funzione di aiutare le persone a dare un senso alle cose e a gestire il rischio.

Il sistema informativo si è ormai rotto, cioè la narrazione ufficiale è sempre più debole rispetto a quella alternativa.

Internet in generale ha distrutto il sistema di mediazione dell'informazione, una mole di contenuti, spesso mal interpretati e senza un fonte verificabile, circolano liberamente sul web alimentando convinzioni pregresse.

Un fenomeno psico-sociale definito *confirmation bias*: troviamo *online* quello che più ci piace e ci facciamo guidare dai nostri pregiudizi. Tendiamo ad accreditare le informazioni non perché ne riconosciamo il valore intrinseco e l'autorevolezza della fonte, ma perché confermano la nostra tesi, il nostro convincimento.

Eli Pariser, attivista politico digitale, sottolinea come tale comportamento umano sia accentuato dalla formazione di *filter bubbles* nell'ambiente *online*, ovvero, da «quel personale ecosistema di informazioni che viene soddisfatto da alcuni algoritmi».

Nel suo recente lavoro sul tema dal titolo *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, lo studioso avverte che un potenziale difetto della ricerca filtrata è che ci taglia fuori da nuove idee, argomenti e informazioni importanti e «crea l'impressione che i nostri stretti interessi siano tutto ciò che esiste».

In questo modo s'indebolisce il discorso civico e si rendono le persone più vulnerabili a manipolazioni e propaganda.

Gli scienziati italiani Fabiana Zollo, Alessandro Bessi, Michela Del Vicario, Antonio Scala e Guido Caldarelli e i colleghi israeliani Louis Shekhtman e Shlomo Havlin affermano che nemmeno le campagne di *debunking* e le soluzioni algoritmiche sono servite fino ad ora a bloccare la disinformazione.

Si ritiene che gli strumenti più efficaci per combattere la disinformazione siano non tanto di tipo tecnico, ma socio-educativo. È importante formare e formarsi. Ri-mettere al centro l'individuo, nutrire il suo livello di alfabetizzazione digitale e incoraggiare lo sviluppo del pensiero critico.

■ Traccia per l'attività in classe

Il docente può tradurre in pratica quanto finora argomentato scegliendo una notizia su un tema attualmente dibattuto, chiedendo a ogni studente di verificare cosa emerge nel web al riguardo, invitandolo a trascrivere le sue prime impressioni (linguaggio, data di uscita, testata, posizione della news nei risultati forniti da Google, presenza o meno di immagine).

Dopo un confronto su tali aspetti, si suggerisce di condividere e argomentare in classe i differenti punti di vista espressi su una stessa notizia dai giornalisti e dai lettori all'interno del sito, così da cogliere criticità, incongruenze e livelli di polarizzazione presenti nell'ambiente online.

Campagne per i diritti civili di Giacomo Buoncompagni

Università degli Studi di Firenze

■ Scheda didattica

Come recita l'articolo 1 della *Dichiarazione delle Nazioni Unite sui Difensori dei Diritti Umani* "Tutti hanno il diritto, individualmente ed in associazione con altri, di promuovere e lottare per la protezione e la realizzazione dei diritti umani e delle libertà fondamentali a livello nazionale ed internazionale".

Generalmente le forme di azione collettiva concertata a favore di una causa sono indicate come "movimenti per i diritti civili", o più precisamente, "movimenti sociali".

Gli attori di tali azioni accusano le Istituzioni di essere illegittime e attribuiscono a loro stessi una legittimità sostitutiva e alternativa. I soggetti dell'azione sono dunque "i cittadini" in generale, la comunità tutta, come organismo sociale operoso e rispettoso della legalità.

Molto spesso ciò che è messo in discussione è proprio la legittimità degli attori pubblici: la loro trasparenza, la loro coerenza con la vocazione universalistica delle istituzioni pubbliche, la loro indipendenza rispetto a degli interessi economici e corporativi, la correttezza formale e sostanziale delle procedure che conducono alle decisioni.

Come dimostrato da molte ricerche in ambito socioculturale, il sentimento politico più diffuso tra gli attivisti per i diritti civili è spesso quello di un radicale antipartitismo, che fa parte di un più generale atteggiamento di ostilità verso le organizzazioni strutturate (ad es. sindacati, associazioni, forze dell'ordine ecc..).

I movimenti degli ultimi anni ("nuovi movimenti sociali), immaginano una nuova trasformazione non soltanto dei rapporti tra movimenti e potere, ma più in generale di quelli tra politica e società.

I loro obiettivi non sono più solamente di tipo materialistico (lavoro ed economia stabili), ma anche di natura post-materialistica. Riguardano cioè la ri-costruzione della propria identità sociale e culturale, la ridefinizione del proprio ruolo sociale, la protezione della libertà di espressione, la costruzione di una società più umana e meno impersonale.

Inoltre, i movimenti nati recentemente si caratterizzano per un uso massiccio dei media digitali, oltre che per il fatto di essere riusciti ad attirare l'attenzione delle comunità e dei media internazionali. L'azione di protesta non è più "localizzata", ma oltrepassa i confini geo-culturali e giuridici. Si riportano in seguito alcuni esempi concreti che aiuteranno meglio a comprendere tali trasformazioni.

Il primo caso è quello dell'ormai noto movimento *Black Lives Matter* (BLM, letteralmente "*Le Vite Nere Contano*"), un movimento attivista internazionale, origina-

to all'interno della comunità afroamericana, impegnato nella lotta contro il razzismo, perpetuato a livello socio-politico, verso le persone di colore.

Il movimento del *Black Lives Matter* è nato nel 2013, quando un cittadino americano, George Zimmerman, è stato assolto dalle accuse di omicidio nei confronti di un giovane afroamericano di 17 anni, Trayvon Martin, morto in uno scontro a fuoco. Subito dopo quella sentenza sono apparsi sui social media i primi tweet con l'hashtag #blacklivesmatter, lanciati per iniziativa di tre donne di colore. Successivamente, nelle principali città americane, hanno avuto inizio le prime proteste pacifiche a seguito di aggressioni a danno delle persone afroamericane.

Un'altra tragica vicenda che ha visto in prima linea il movimento antirazzista è avvenuta a maggio del 2020 a Minneapolis, a seguito della morte di George Floyd, un uomo di colore soffocato da agente di polizia durante l'arresto, in quanto accusato di un pagamento effettuato attraverso banconote false.

La frase *I can't breathe* ("Non riesco a respirare"), pronunciata dalla vittima, viene ripetuta come grido di protesta e vengono anche scritte sulle mascherine adoperate per la prevenzione del contagio da Covid-19, dopo lo scoppio della pandemia nel febbraio 2020.

La vicenda ha riaccessato i riflettori sul problema del razzismo in America.

Quotidianamente dopo l'incidente si svolgono marce, sit-in, fiaccolate e proteste di piazza. La morte di George Floyd ha però scatenato anche rivolte e saccheggi per le strade, tanto che in molte metropoli americane è stato dichiarato il coprifuoco ed è stata allertata la Guardia Nazionale.

Attualmente il movimento non ha sviluppato una propria struttura direttiva, ma negli anni ha esteso la propria organizzazione in almeno 30 sezioni locali.

Il secondo caso di un movimento che ha oltrepassato i confini nazionali è quello di *Fridays For Future*. Nato alla fine del 2018, ricalca la scia delle proteste innescate dall'attivista svedese Greta Thunberg, che a partire dall'agosto di quell'anno ha inaugurato una protesta pacifica manifestando ogni venerdì dinanzi al Parlamento del suo Paese di origine chiedendo l'adozione immediata di misure atte a ridurre l'emissione di gas a effetto serra.

L'azione individuale di Greta Thunberg ha riscosso un enorme successo e ha favorito la mobilitazione di migliaia di giovani, i quali mediante i social media hanno condiviso e adottato la stessa forma di protesta, organizzandosi in gruppi. Sin da subito il movimento ha assunto un carattere sovranazionale con l'obiettivo della difesa della biosfera.

Il *Fridays For Future* si propone di promuovere e realizzare la "giustizia climatica", consistente in una serie di azioni volte a contenere l'aumento della temperatura globale al di sotto di 1,5 gradi centigradi rispetto all'epoca pre-industriale. In concreto ai governi viene chiesto l'azzeramento delle emissioni a livello globale entro il 2050 dei combustibili fossili.

Il movimento si prefigge inoltre l'osservanza degli obiettivi stabiliti dall'Accordo di Parigi del 2015.

L'ambientalismo del movimento non si focalizza unicamente sul clima in senso stretto, cerca di includere e denunciare tutti quei fenomeni che sono una diretta conseguenza del cambiamento climatico, come ad esempio l'esaurimento di risorse, lo sfruttamento umano ed infine i processi di migrazione forzata.

Un altro cavallo di battaglia dei *Fridays For Future* è il tema della sostenibilità digitale. La trasformazione tecnologica ha un enorme costo a livello ambientale e il movimento si è prefissato l'obiettivo di rilevare tali conseguenze, promuovendo soluzioni tecnologiche open source a basso impatto ambientale.

Nei mesi successivi in tutto il mondo ci sono state imponenti manifestazioni per denunciare l'accelerazione dei cambiamenti climatici indotti dall'azione antropica. Sulla scia di Greta Thunberg le mobilitazioni sono avvenute ogni venerdì in tutte le principali città del mondo. Il numero di eventi nelle città del mondo è aumentato vertiginosamente tra il 2018 ed il 2019.

Il 15 marzo 2019 è stato organizzato il primo sciopero mondiale chiamato *Global Strike for Future*, a difesa del clima, cui hanno aderito oltre 1300 città di 98 Paesi del mondo. Il secondo sciopero è avvenuto il 24 maggio, mentre nel mese di settembre, in concomitanza con il *Youth Climate Summit* coordinato dall'ONU a New York, c'è stata una grandissima mobilitazione, in cui sono stati organizzati ben 4402 eventi in tutto il globo.

L'ultima grande manifestazione - avvenuta il 25 marzo - ha avuto un impatto minore, anche se tutto sommato positivo, considerando il fatto che in molti Paesi ci sono ancora delle restrizioni per fronteggiare la crisi sanitaria.

Il movimento *Fridays For Future*, nonostante due anni di pandemia, non si è affatto affievolito. Questo è un chiaro indicatore di come porzioni consistenti della popolazione sia sensibile alle tematiche del cambiamento climatico.

In Italia il movimento FFF si è radicato in tutto il territorio nazionale.

All'apice dell'organizzazione ci sono otto portavoce eleggibili ogni nove mesi.

Attualmente in ogni capoluogo di provincia è presente un comitato.

Inoltre, sono promotori di ben dieci campagne e hanno redatto una proposta di legge europea per rafforzare l'azione della comunità sull'emergenza climatica, chiedendo di fatto un maggior sostegno economico da parte delle istituzioni.

■ Traccia per l'attività in classe

Immaginate di essere a capo di una sezione locale statunitense del Movimento BLM. Quali istanze portereste davanti ai gruppi parlamentari democratici e repubblicani?

Immaginate di essere a capo di una sezione locale del Movimento FFF italiano e siete stati chiamati da un partito per una consulenza per la prossima campagna elettorale?

In particolare, vi chiedono di stilare un programma di dieci punti sull'ambiente da presentare agli elettori in vista delle consultazioni elettorali.
Su quali tematiche puntereste?

Dall'information overload a nuove forme di fruizione

di Alessandro Latterini

Università degli Studi di Firenze

■ Scheda didattica

La rivoluzione tecnologica ha ampliato considerevolmente la possibilità di accesso alle informazioni. Secondo uno studio di Bawden e Robinson, una odierna rivista settimanale avrebbe al suo interno la quantità di informazioni equivalente a quella incontrata da un individuo vivente nel sedicesimo secolo in tutto l'arco della propria vita. Nonostante la molteplicità degli stimoli provenienti dall'esterno, la capacità di elaborazione dei nostri cervelli è rimasta invariata.

Sempre di più gli individui rimangono intrappolati nella cosiddetta "information overload". La sovrabbondanza di stimoli aumenta la probabilità di non essere più in grado di contestualizzarli. Ci troviamo in uno stato di perenne sovraccarico cognitivo, a farne le spese è principalmente il livello di attenzione.

Durante la navigazione l'utente ha sempre più difficoltà nel trovare gli approfondimenti che desidera. Da un lato è soggetto al bombardamento delle cosiddette "notizie virali" dai titoli accattivanti e sensazionalisti; dall'altro i contenuti prodotti dalle testate giornalistiche (fisiche ed online) sono sempre più simili.

L'omologazione delle news da parte dei media mainstream sta inducendo una considerevole parte degli utenti a domandare ai creatori di contenuti una maggior accuratezza delle notizie, in particolare sull'uso delle fonti da cui attingono per la creazione dei prodotti.

Le principali testate giornalistiche non riescono ad assolvere alle richieste degli utenti e la ragione è essenzialmente economica. Da diversi anni le vendite cartacee subiscono enormi perdite, non compensate dagli introiti dell'online.

La strategia della produzione massiccia dei contenuti clickbait non ha risollevato le sorti economiche dei gruppi editoriali, anzi ha generato delle ripercussioni negative in termini di fiducia da parte del pubblico. Con la pandemia la situazione si è ulteriormente aggravata e decine di testate locali hanno chiuso i battenti sia in Europa, sia negli Stati Uniti. Ciò sta imponendo ai giornalisti un profondo ripensamento della propria figura professionale, anche perché a causa della crisi i quotidiani, stanno tagliando molte rubriche e collaborazioni esterne.

Alcuni di loro hanno riprogrammato la propria attività staccandosi dai quotidiani online, approdando su Substack. Fondata nel 2017, è una piattaforma che dà la possibilità a qualsiasi giornalista o agenzia di creare una serie di newsletter e chiedere al tempo stesso ai lettori una sottoscrizione. Il pagamento può essere su base mensile o annuale ed è gestito dalla piattaforma Stripes, una delle più importanti infrastrutture di pagamenti in rete. A prescindere da quanti sono gli iscritti, Substack trattiene il 10 per cento delle entrate totali di ogni newsletter.

L'esplosione della piattaforma è avvenuta durante la pandemia. In questo frangente, il CEO di Substack Chris Best ha raccontato che da marzo a giugno del 2020 «le entrate sono aumentate del 60 per cento, e nel complesso gli autori e i lettori sono raddoppiati». Da una parte ha influito il maggior tempo libero degli utenti, ma dall'altra molti giornalisti hanno visto in questa piattaforma la possibilità di avere un maggior margine di manovra e di spazio per poter esternare le proprie opinioni.

La piattaforma dà la possibilità di pubblicare articoli a cadenza quotidiana, settimanale oppure mensile. Garantisce la possibilità di comunicare in tempo reale con i propri lettori. Inoltre, a differenza dei blog, i giornalisti sono dispensati dall'impaginazione grafica e hanno maggior tempo per potersi dedicare ai propri articoli. I giornalisti free-lance hanno la possibilità di trovare in Substack una fonte di finanziamento delle proprie attività. Contrariamente a quanto avviene nelle principali testate, la maggior parte dei professionisti si specializza su un tema specifico, in modo tale da costituire sin dal principio un pubblico di lettori fedelissimi. Ciò rappresenta uno stimolo soprattutto per quei giornalisti che si occupano di temi di nicchia.

Un altro vantaggio della piattaforma consiste nella piena libertà editoriale.

La scommessa di Substack per il momento si sta rivelando vincente.

Piuttosto che provare a raggiungere più lettori possibili, il giornalista ha la possibilità di costruire proficue relazioni con i propri lettori. Il risultato è che oggi sempre più persone sono disposte a pagare una somma di denaro per ricevere la newsletter del suo creatore di contenuti preferito. Dai dati si evince un incremento esponenziale degli abbonati, in particolare negli ultimi due anni.

Il nuovo modello di distribuzione di contenuti potrebbe rivoluzionare ulteriormente il mondo dell'informazione. I giornalisti potrebbero diventare dei piccoli imprenditori di newsletter, ma come in tutti i cambiamenti alle ripercussioni positive si accompagnano quelle negative.

La piattaforma è in grado di spianare la strada a nuove voci indipendenti, garantendogli ricavi stabili ed indipendenza. Inoltre, garantisce rilevanza a coloro che si occupano di tematiche trascurate dai principali mezzi di comunicazione.

Un altro aspetto positivo consiste nella possibilità di instaurare un legame forte tra lettore e giornalista. Lo strumento della newsletter rompe molte barriere e potenzialmente è in grado di ridare parte della fiducia persa negli ultimi anni dal pubblico nella stampa.

Tuttavia, si produce un'ulteriore polverizzazione dei media, già molto frammentati, che può favorire la polarizzazione e la radicalizzazione dello scontro politico, nonché minare le stesse fondamenta delle nostre democrazie.

Il nuovo modello di comunicazione tra giornalisti ed utenti sta prendendo sempre più piede anche al di fuori degli Stati Uniti. In Italia la piattaforma è ancora poco conosciuta, ma già alcune decine di giornalisti ed analisti hanno creato la propria newsletter.

Negli anni passati lo strumento della newsletter era utilizzato soprattutto dalle grandi aziende per sponsorizzare i propri prodotti. Oggi i giornalisti, sollevati dalle incombenze relative all'impaginazione dei propri contenuti, pubblicano all'interno della newsletter materiali scritti ed audiovisivi, innalzando così la qualità dei propri prodotti.

Resta da sciogliere l'ultimo dilemma, ovvero se gli utenti preferiscono seguire la notizia o chi la scrive. La risposta non è univoca, perché le motivazioni su cui si basano le persone per iscriversi alle newsletter sono essenzialmente due: la fiducia nei confronti dell'autore-produttore di contenuti e l'interesse verso uno specifico tema. Se manca uno di questi elementi difficilmente ci si avvicina ad una newsletter tematica.

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

Come esercitazione si potrebbe simulare che un noto giornalista politico svedese vi chieda aiuto per strutturare una newsletter sulle elezioni italiane. In che modo strutturereste la newsletter? Come organizzate i contenuti? Fareste interviste ai candidati? Puntereste sull'analisi dei sondaggi?

Il direttore della rivista internazionale "Eat - The food history magazine" ha deciso di aprire una newsletter dedicata alle specialità dei cibi regionali italiani. In che modo organizzereste i contenuti?

Scheda

I conflitti ambientali

di Alessandro Latterini

Università degli Studi di Firenze

■ Scheda didattica

Oramai il cambiamento climatico sta generando degli effetti visibili e irreversibili. Il mutamento del clima a sua volta cambia i pattern delle risorse del pianeta, generando profonde alterazioni. Ed è proprio in questo quadro che stiamo assistendo ad un rapido esaurimento delle risorse naturali a fronte di una levitazione della domanda di consumo di esse da parte della popolazione mondiale (in costante aumento). L'acqua, il cibo e le risorse energetiche sono elementi fondamentali e parte integrante di tutte le attività economiche e sociali intraprese dall'uomo. Una contrazione di esse incide negativamente sulle società e crea i presupposti per i conflitti tra gruppi sociali o addirittura stati.

A contribuire c'è anche il costante aumento della popolazione. Secondo le previsioni elaborate dall'Onu nel 2017, entro la fine del secolo si sforerà quota di 11 miliardi, ovvero il 48% in più rispetto all'attuale popolazione di 7,5 miliardi. Il continente maggiormente investito da questo fenomeno sarà quello africano, (entro il 2100 la popolazione incrementerà del 256%). In Asia, la spinta demografica proseguirà fino al 2050 per poi subire una inversione di tendenza negli anni successivi.

L'aumento della popolazione è correlato alla crescita dei centri urbani. Le città si trasformano in vere e proprie megalopoli. L'afflusso di persone nei centri urbani è una tendenza che si verifica indistintamente in tutto il mondo, ed entro il 2050 sono previsti oltre 3 miliardi in più di residenti nelle città. Secondo una stima condotta dalle Nazioni Unite a metà del secolo il 68% degli abitanti del pianeta vivrà nelle aree urbane.

Il nuovo assetto metterà a dura prova i sistemi idrici ed energetici. Inoltre, vi saranno sempre più problemi legati all'approvvigionamento di cibo e di altre risorse indispensabili. Secondo la Fao, tra 30 anni per soddisfare il fabbisogno mondiale occorrerà produrre annualmente un miliardo di tonnellate di cereali e 200 milioni di tonnellate di carne. Il quadro peggiora ulteriormente se consideriamo l'aumento delle temperature, che rivoluziona la tendenza delle precipitazioni, amplificando l'umidità nelle aree umide del pianeta e rendendo più aride le aree secche. Ciò alimenta la penuria delle risorse idriche, alimentari ed energetiche, le quali oltre ad essere un freno allo sviluppo, sono in grado di deteriorare il livello di salute delle popolazioni, specie quelle maggiormente povere. Questi fattori favoriscono l'insorgenza dei conflitti e i fenomeni di accaparramento delle risorse idriche, alimentari ed energetiche.

Il controllo dell'acqua è fondamentale, perché dà la possibilità a chi lo detiene di stabilirne le modalità di utilizzo. Inoltre, può arbitrariamente decidere a chi erogarla e per quanto tempo. Questo fenomeno sempre più presente nella nostra epoca si chiama *Water Grabbing*. L'acqua è fondamentale per foraggiare le attività di sfruttamento delle risorse naturali ed energetiche. Difatti anche le terre sono sempre più oggetto di contesa delle grandi multinazionali.

L'accaparramento della terra avviene per perseguire vari fini: per la produzione di colture (come ad esempio la soia, il riso, olio di palma o canna da zucchero), oppure i biocarburanti. Altri utilizzi possono essere per l'allevamento di bestiame, per scopi turistici ed industriali.

Il fenomeno di acquisizione delle terre si chiama *Land Grabbing*, è ben visto da parte delle élite dei Paesi in via di sviluppo in quanto le acquisizioni di terra producono occupazione e generano infrastrutture. Di contro si assistono a fenomeni di espropriazione che ne interdicono i benefici alle popolazioni locali.

Gli Stati privati delle proprie risorse sono costretti a dipendere da altri Paesi che possiedono o controllano le fonti naturali ed energetiche si trovano in una posizione di vantaggio strategico nei confronti dei vicini. La rivalità tra Stati aumenta se c'è un alto grado di scarsità delle risorse. Senza una mediazione da parte degli istituti internazionali, la situazione di disparità acuisce le tensioni interne e provoca conflitti tra i vari stati. Le controversie internazionali sono sempre più scatenate da fattori legati al cambiamento climatico, piuttosto che da motivazioni ideologiche. Nei conflitti armati regionali e transfrontalieri, le risorse idriche, alimentari ed energetiche possono assumere tre ruoli fondamentali.

In primo luogo, essere i fattori scatenanti, perciò il conflitto si innesca a seguito della volontà da parte di un gruppo armato di controllare le risorse di un dato territorio. In secondo luogo, possono divenire una arma di ricatto per indebolire in maniera irreversibile la fazione avversa.

Infine, le risorse possono essere viste come un obiettivo di attacchi intenzionali da parte di gruppi come, ad esempio, i frequenti avvelenamenti dei pozzi d'acqua, o la distruzione delle centrali energetiche. Gli scontri armati, inoltre, innescano lunghe catene migratorie.

Attualmente nel mondo ci sono oltre trenta conflitti, e la stragrande maggioranza di essi si trovano nelle aree in cui il cambiamento climatico sta mostrando gli artigli. Le catene migratorie invece investono il mondo intero e stanno producendo significativi cambiamenti nelle società non coinvolte nei conflitti.

Tra questi conflitti ce n'è uno che ci riguarda in particolar modo, ovvero quello ucraino - russo. Di fatto è la continuazione della controversia sorta nel 2014, anno in cui la Crimea è stata annessa alla Federazione Russa e si sono formate due repubbliche popolari autonome del Doneck e Lugansk (mai riconosciute dalla comunità internazionale).

Le tensioni si sono acuitizzate nuovamente nel mese di febbraio 2022, quando la Duma ha approvato il formale riconoscimento delle due repubbliche popolari. Da lì si è innescata la spirale del conflitto e il 22 febbraio il presidente della federazione Russa, dopo aver avuto il mandato di pieno potere delle forze armate, ha dato il via libera all'avvio di una "operazione speciale in Donbass" inaugurando così l'invasione dell'Ucraina.

Sin da subito la questione energetica è stata al centro del dibattito tra gli attori geopolitici. A seguito dell'invasione, la Germania ha interrotto i rifornimenti dal gasdotto Nord Stream 1 e interrotto i lavori per Nord Stream 2. Questa manovra è una diretta conseguenza delle sanzioni imposte dall'occidente nei confronti della Federazione Russa.

In conclusione, le risorse energetiche e naturali rappresentano tanto obiettivi per gli attacchi, quanto arma di ricatto.

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

Immaginate di essere un reporter di guerra, quali contenuti pensereste che sarebbe importante pubblicare? Che social network utilizzereste? Preferireste dare maggior risalto alle notizie provenienti dal fronte, oppure a quelle relative alle trattative tra i capi di Stato?

La nuova età dell'oro dei contenuti audio

di Alessandro Latterini

Università degli Studi di Firenze

■ Scheda didattica

Attualmente viviamo nell'era dell'User Generated Content (UGC). Ogni giorno nella rete si producono miliardi di immagini, video, dirette streaming e contenuti per i social media. Esistono infinite tipologie di UGC. Ad esempio, ci sono progetti wiki (Wikipedia, Quora, ecc.) che sfruttano il principio della partecipazione e della collaborazione per scopo educativo, oppure per promuovere un prodotto o un servizio.

Postare un contenuto non è una operazione difficile. È molto più complesso riuscire a farli circolare in una rete sempre più saturata. Per questo è essenziale agganciarsi a un canale distributivo ben rodato. L'obiettivo della distribuzione consiste nel far arrivare i contenuti al pubblico di riferimento, consentendone il consumo attraverso diversi canali e formati.

Un utente per promuovere i propri contenuti può scegliere uno dei tre seguenti canali di distribuzione:

- **PAID MEDIA:** si riferiscono a qualsiasi forma di media che richiede un pagamento per ottenere visibilità. Il traffico nel proprio sito, pagina social, blog si blocca nel momento in cui l'utente stoppa il pagamento;
- **EARNED MEDIA:** è un canale gratuito perché si fonda sul cosiddetto passaparola; spesso non è assolutamente controllabile da chi produce i contenuti (ad esempio retweets, likes, commenti, condivisioni);
- **OWNED MEDIA:** consistono in quei canali di proprietà esclusiva del marchio, che può gestire e controllare in totale autonomia (siti web, online e offline stores, blog, social network).

Secondo il report annuale prodotto da Hootsuite ci sono 4,62 miliardi di persone che utilizzano le piattaforme social, corrispondenti a circa il 58,4% della popolazione mondiale, in crescita di oltre il 10% rispetto all'anno precedente.

Tra le applicazioni, Facebook rimane la piattaforma più utilizzata al mondo, con quasi tre miliardi di persone alla fine del 2021. Tuttavia, c'è da segnalare la repentina crescita del social TikTok, in quanto è l'app più scaricata del 2021, con la crescita più consistente. Gli utenti utilizzano TikTok per 19,6 ore al mese. Il tempo speso su questo social è cresciuto del 48% rispetto all'anno precedente.

Oltre 7 persone su 10 dichiarano di pagare mensilmente per un qualche tipo di servizio. Tra i Millennials la cifra è maggiore e corrisponde a otto individui su dieci. Ci si abbona soprattutto alle piattaforme streaming di contenuti audio e video (in particolare modo Spotify, Netflix), che hanno contribuito a una spesa totale di quasi 300 miliardi di dollari nel 2021.

Netflix continua ad essere la piattaforma più seguita, ma sta subendo una forte concorrenza da Disney +, Hbo e Amazon Video.

Gli utenti molto spesso si abbonano a più piattaforme; ciò attenua la fidelizzazione. C'è poi la cosiddetta economia dell'attenzione. Oramai moltissimi utenti si trovano in una condizione di binge watching, ovvero in una situazione di prolungata esposizione ai programmi televisivi. Come dichiarò il Ceo di Netflix già nel 2017: il principale competitor di Netflix è il sonno! Difficilmente un consumatore svolge altre attività mentre fruisce contenuti video. In conclusione, le piattaforme streaming video si ritrovano a cannibalizzarsi l'una con l'altra per attirare l'utente in quei frangenti di tempo libero, oramai divenuta una risorsa sempre più scarsa. Discorso inverso va fatto per i contenuti streaming audio e podcast. Questa tipologia di contenuti può essere fruita dagli utenti anche mentre svolgono altre mansioni. Per questo le piattaforme che offrono questi prodotti hanno ancora ampi margini di crescita.

La principale piattaforma è Spotify. Nata nel 2006 per opera di Daniel Ek. L'utente ha la possibilità di accedere ai brani musicali e podcast da qualsiasi dispositivo gratuitamente. Data la facilità di iscrizione, il numero di coloro che hanno aderito alla piattaforma si è moltiplicato nel giro di pochissimi anni.

La versione di base è totalmente gratuita e Spotify riesce a ottenere gli introiti mediante la pubblicità. Tuttavia, esiste la possibilità di sottoscrivere un abbonamento mensile di circa dieci euro, per sfruttare funzioni aggiuntive come la riproduzione senza limiti, la possibilità di scegliere le canzoni nell'ordine desiderato e accedere ai contenuti anche quando si è offline. Anche in questo caso il numero degli iscritti premium è decuplicato nel giro di sette anni.

Dunque, gli utenti hanno sempre meno tempo libero a disposizione e dovranno scegliere quali social e piattaforme utilizzare.

Per quanto riguarda i grandi distributori di contenuti in streaming video la strada da intraprendere sarà sicuramente la produzione di prodotti di qualità, in modo da competere meglio con i concorrenti. Per i contenuti audio ci sono ancora ampi margini di crescita. Infine, se un utente volesse diffondere i propri contenuti non dovrebbe puntare ai social maggiormente utilizzati (come ad esempio Facebook), ma a quelli in cui la velocità di circolazione dei contenuti è maggiore (come ad esempio TikTok).

■ Traccia per l'attività in classe

Invitiamo gli alunni ad immaginare di essere un giovane appassionato di musica e voler lanciare una serie di contenuti relativi alla recensione di dischi. Quale piattaforma sceglierebbero? Che tipo di contenuti promuoverebbero?

Dall'opinion leader all'influencer

di Giacomo Buoncompagni

Università degli Studi di Firenze

■ Scheda didattica

La comunicazione degli ultimi anni è stata letteralmente stravolta da nuove strategie e nuove figure pubbliche di riferimento.

Tra queste spiccano sicuramente gli influencer, che hanno pian piano sostituito i vecchi testimonial (pubblicitari) e sono diventati per le aziende il fulcro delle nuove tecniche comunicative.

La figura dell'influencer di "oggi" e dell'opinion leader di "ieri" sono in realtà molto simili, al di là delle definizioni tecniche, poiché entrambi si rivelano avere, all'interno del gruppo sociale di riferimento, caratteristiche che portano le loro opinioni ad avere un'influenza maggiore rispetto a quelle di altri.

Fino a qualche anno fa, nel mondo del cosiddetto web di prima generazione la figura del leader d'opinione era centrale. Secondo la teoria del flusso di comunicazione a due stadi: le informazioni sono processate dai soggetti più influenti, che poi le filtrano ai loro tanti interlocutori.

Con il boom dei social media - nel web 2.0 - si è fatto strada un nuovo paradigma comunicativo, in cui la dinamica lineare è basata su due livelli di flussi risulta anacronistica. Naturalmente gli spazi e i tempi della comunicazione e dell'informazione si sono sempre più evoluti. Lo sviluppo e l'avanguardia hanno modificato il modo di vedere le cose, favorendo la nascita di nuovi pubblici e nuovi interessi e, parallelamente, lo sviluppo di approcci teorici agli studi sulla comunicazione digitale e il consumo mediale.

L'obiettivo dell'influencer è incidere con le proprie argomentazioni sui *followers*, per poter ottenere soddisfazione monetaria e rafforzare la propria notorietà. Mentre l'opinion leader si limitava ad influenzare il suo gruppo sociale di riferimento, l'influencer mira a raggiungere un numero di seguaci sempre più elevato.

Negli ultimi anni, anche in Italia, gli influencer sono diventati centrali nelle strategie di marketing. Infatti, il numero di aziende disposte ad investire il loro budget aziendale nelle cosiddette campagne di *influencer marketing* cresce, ogni giorno, a vista d'occhio.

Ad esempio, Chiara Ferragni e Salvatore Aranzulla sono due personalità che hanno avuto modo di diventare molto famosi. Chiara Ferragni apre per la prima volta il suo blog *TheBlondeSalad.com* nel 2009, raccontando dei suoi viaggi e del suo abbigliamento, nonché pubblicizzando prodotti di estetica più o meno noti al grande pubblico di consumatori.

Salvatore Aranzulla è un divulgatore informatico che risponde online alle domande più comuni in ambito informatico dei suoi milioni di utenti.

I due influencer riescono attraverso i loro contenuti ad attirare l'attenzione delle comunità online, influenzando a volte anche l'agenda giornalistica.

La credibilità e la costante esposizione sulla scena mediale sono due condizioni importanti per mantenere il successo. Sono entrambi forme di relazione che necessitano di essere alimentate attraverso il dialogo e il "contatto" con i propri pubblici. È dunque sempre più vero quanto sostenuto dall'antropologa Ito Mizuko: nella rete non importa se ci sei, ma chi ti trova e quanta fiducia riesci a trasmettere nel tempo.

"Essere pubblico" ed essere "in pubblico" sono condizioni difficili da mantenere nell'era dell'iper-comunicazione, ma comunque differenti. Proprio per questo l'influencer potrebbe essere considerato come il "leader d'opinione della contemporaneità", chiamato a fare i conti con una comunicazione che si svincola dalla visione monodirezionale del flusso e che abbraccia, invece, la complessità sistemica del web.

L'influencer è attore e pubblico, produttore e consumatore; costruisce la sua visibilità creando un rapporto sempre più "intimo" con i suoi *followers* e sfruttando la trasparenza della rete.

A differenza dell'opinion leader tradizionale, l'influencer si pone allo stesso livello dei propri seguaci, opera nello stesso ambito e con gli stessi mezzi e linguaggi.

L'influencer, dunque, è l'evoluzione dell'opinion leader perché opera con gli stessi fini in un contesto differente e fornisce strumenti inediti, suggeriti dai nuovi meccanismi di socialità e comunicazione. È in grado di adattarsi ad un sistema molto più malleabile, modellabile e ampio, che si configura proprio sullo scambio tra i soggetti coinvolti nell'atto comunicativo. È dunque il prodotto della relazione tra spettatore e pubblici presenti all'interno di uno spazio mediale condiviso.

■ Traccia per l'attività in classe

Una interessante attività potrebbe consistere nel cercare online tre nomi di influencer italiani famosi e approfondire la loro storia personale, i mezzi di comunicazione utilizzati e i tipi di "prodotti" su cui hanno sviluppato e sviluppano i loro contenuti.

In una seconda fase ci si può collegare alle piattaforme utilizzate dagli opinion leaders digitali scelti per guardare qualche contenuto recente, concentrando l'attenzione sul linguaggio utilizzato (colloquiale, commerciale...) e sulla quantità di commenti-interazioni ricevuti.

Infine, si possono selezionare gli ultimi 10 post e analizzare il contenuto proposto: tipologia di foto postate, presenza di altri soggetti pubblici o privati e setting della storia pubblicata.

Questi passaggi permetteranno di riflettere sulle tappe percorse e sulle tecniche da loro maggiormente utilizzate.

Ci sono parole che sono sufficienti, da sole, a spalancarci un mondo. La poesia, quella vera, ha questo potere: crea visioni, annulla il tempo e lo spazio. Ci sono altre parole, invece, che il mondo - quello in cui viviamo - ce lo spiegano, ci aiutano a comprenderlo, ci forniscono le coordinate per esplorarlo. A seconda di chi interpellaremo, ci verrà detto alternativamente che le parole-poesia sono inutili, oppure che lo sono le parole-guida. La verità è che servono entrambe, per scopi diversi: perché l'essere umano è fatto di immaginazione e concretezza, per non farci perdere completamente il senso degli avvenimenti e per darci una prospettiva sul futuro.

Questo, va da sé, non è un manuale di letteratura, né una silloge poetica. È, piuttosto (e senza voler essere eccessivamente ambiziosi), una piccola guida per attraversare il mondo. Ne deriva che le parole, quelle che scegliamo per lavorarci insieme, apparterranno alla seconda categoria: quella delle guide. E in questa parte ci affideremo a loro per orientarci in un terreno per molti ancora poco noto, se non fonte di diffidenza e a volte di riluttanza all'avvicinamento: quello dell'economia, della finanza, del mondo del risparmio, degli affari e del lavoro. Un universo che soprattutto negli ultimi due anni ha subito molti cambiamenti e trasformazioni, e di cui diventa a maggior ragione importantissimo imparare le regole, conoscere le coordinate.

In queste pagine entreremo nel vivo del progetto “Young Factor”, arrivato alla sua nona edizione. Un progetto che nasce e si sviluppa dalla collaborazione dell'Osservatorio Permanente Giovani-Editori con Intesa Sanpaolo, Monte dei Paschi di Siena e UniCredit.

L'obiettivo è lo stesso da sempre: fornire alle nuove generazioni una griglia di riferimento per orientarsi in questa dimensione a loro in buona parte sconosciuta, grazie a quella che conosciamo come alfabetizzazione economico-finanziaria. "Young Factor" sviluppa questa competenza cruciale attraverso la messa a punto di un toolkit, una "cassetta degli attrezzi", che si coordina attorno, appunto, ad una serie di parole-guida che sono 10.

Lo schema da seguire, per le classi e i docenti che hanno fatto richiesta di adesione al progetto, resta strutturato su un pacchetto di dieci ore di lezione ed approfondimento. Grazie alle schede di lavoro e al contributo di un team di esperti, ai videoclip dedicati e agli incontri per studenti e formatori, la piattaforma de "Il Quotidiano in Classe" - l'informazione dei quotidiani, cartacei e digitali - si trasformerà nel punto di partenza per una riflessione molto più ampia, che andrà a toccare il nostro essere cittadini anche sotto il profilo economico e finanziario. Si parlerà di opportunità, risorse, diritti e doveri. Si imparerà a leggere un articolo di settore elaborandone i contenuti con rigore e spirito critico. Si scopriranno i molteplici snodi della nostra vita quotidiana dove la Financial Literacy diventa uno strumento essenziale per poter giocare un ruolo attivo nella costruzione della società che ci circonda e del nostro percorso individuale all'interno di essa, in una visione collettiva del mondo come bene e responsabilità di tutti, in cui ciascuno - dal micro al macro - deve potere e sapere fare la propria parte.

“Young Factor”

Joachim Nagel

Presidente della Deutsche Bundesbank

Che cos'è in effetti il denaro? Quanti soldi ho a disposizione e che cosa posso comprarmi con essi? Come posso pagare e come risparmiare? A prima vista queste domande sembrano banali. Però, sebbene la giovane generazione usi con naturalezza il denaro, sa spesso ben poco del sistema monetario che invece è così importante per la nostra vita personale e per la società.

Eppure le conoscenze relative al denaro e alle implicazioni economiche sono importanti, oggi forse più che mai. In molte regioni del mondo i prezzi stanno crescendo ad un ritmo accelerato come non succedeva più da molto tempo. Anche nell'area dell'euro il tema dell'inflazione tiene in allarme i cittadini europei. Noi tutti ci accorgiamo degli aumenti dei prezzi: al supermercato, dal benzinaiolo, al ristorante. Ma per comprendere da dove provenga l'inflazione e che cosa si possa fare per frenarla, sono necessarie delle conoscenze economiche basilari.

Inoltre il contesto economico e finanziario sta cambiando. Anche il nostro comportamento in relazione al denaro sta cambiando sensibilmente: sempre più spesso paghiamo digitalmente e non più in contanti. Una volta si tirava fuori il portamonete e si vedevano sparire banconote e monete nelle casse dei negozi. Oggi basta appoggiare la carta di pagamento o il telefonino sul terminal della cassa o inserire un PIN in Internet ed è già tutto pagato. Però quasi nessuno sa come tutto ciò funzioni e si svolga esattamente.

Anche le ragazze e i ragazzi devono oggi prendere più spesso decisioni più complesse in tema di risparmio e investimento. I rischi della vita, che una volta venivano coperti dalle risorse pubbliche, devono essere ora assicurati almeno in parte privatamente. Ciò riguarda in particolare la previdenza per la vecchiaia. I sistemi previdenziali dello Stato sono eccessivamente oberati. Le giovani generazioni devono provvedere molto di più privatamente per assicurarsi il loro standard di vita nel futuro.

Perciò è ancora più importante che abbiano sufficienti conoscenze economiche nonché capiscano e adottino principi e regole elementari: chi ha goduto di una formazione economica, è chiaramente avvantaggiato. Può decidere meglio come spendere, investire e risparmiare. Ciò si ripercuote positivamente sulla sua situazione economica personale. Di maggiori conoscenze economiche approfittano in particolar modo le famiglie socialmente deboli e meno dotate finanziariamente. Inoltre, le conoscenze economiche possono contribuire ad una maggiore efficienza e stabilità del sistema finanziario rafforzando nel complesso l'economia nazionale. Chi possiede conoscenze basilari di economia può giudicare meglio quello che avviene a livello economico ed è meno vulnerabile di fronte a promesse politiche non mantenibili.

In molti Paesi, tuttavia, solo relativamente poche persone possono rispondere correttamente a domande riguardanti le implicazioni economiche o temi finanziari di tutti i giorni.

Si notano nei cittadini anche grandi lacune per quanto riguarda le capacità di calcolo aritmetico. Qual è l'effetto dell'interesse composto e come lo posso sfruttare? Che effetto fa l'inflazione sui miei risparmi? Quali prodotti finanziari sono connessi a quali rischi? A tali semplici domande molti non hanno risposta.

Quindi esistono buoni motivi per promuovere le conoscenze economiche non solo nelle scuole o nella vita lavorativa. Le Banche centrali, come la Bundesbank tedesca, vogliono fornire il loro contributo a proposito. Il più importante compito delle Banche centrali è quello di mantenere i prezzi stabili e rendere sicuro in tal modo il valore del denaro. Ciò può però funzionare a lungo termine soltanto se i cittadini hanno fiducia nelle decisioni di politica monetaria. Tale fiducia a sua volta presuppone che essi conoscano almeno sommariamente il ruolo, i compiti e anche i limiti della politica monetaria.

In Germania, la Bundesbank si è posta il compito di trasmettere il sapere delle Banche centrali. In concreto si tratta di risposte a domande come: Che cos'è in effetti il denaro e da dove viene? Che cosa significa inflazione e deflazione? Che cosa possono veramente fare le Banche centrali per garantire la stabilità dei prezzi? Su questi temi proponiamo materiali da usare durante le lezioni scolastiche, mezzi interattivi, conferenze e aggiornamenti per il corpo insegnante. Inoltre, con il Museo del denaro di Francoforte sul Meno, la Bundesbank offre un sito didattico attraente ed emozionante.

Le nostre esperienze in Germania dimostrano che proprio per gli adolescenti spesso è un grosso ostacolo occuparsi di temi economici e finanziari. Li considerano infatti ostici e in concorrenza con molti altri temi, in genere più interessanti alla loro età. Io desidero però almeno incoraggiare i giovani ad occuparsi di queste questioni economiche. Sono temi che li fanno diventare cittadini coscienti, in grado di dire la loro su questioni importanti. In tal modo migliorano pure le loro opportunità professionali. E una volta entrati nel tema, l'economia è pure divertente.

Sono molto lieto che l'Osservatorio Permanente Giovani-Editori si impegni a sviluppare convincenti proposte didattiche che attirano i ragazzi in età scolare in Italia. Ecco quello che conta: l'istruzione economica deve entusiasmare! I temi vanno presentati in modo interessante e avvincente e devono riferirsi alla realtà vissuta soprattutto dai giovani. Soltanto in tal caso le offerte didattiche vengono effettivamente accettate e richieste.

Quindi ci vuole creatività e innovazione. Le nostre esperienze con il Museo del denaro e i nostri materiali didattici lo dimostrano: un buon metodo è quello di presentare temi complessi in modo comprensibile, tramettere ludicamente i contenuti e renderli tangibili. Un ausilio in tal senso lo offrono le tecnologie moderne e i media sociali.

Ad esempio, la Bundesbank propone sempre più spesso materiali didattici digitali e si serve di nuovi formati mediatici per trasmettere i contenuti in modo comprensibile e divertente.

Può entusiasmare pure il contatto personale diretto e l'occasione di dialogare. Ad esempio, alcuni dipendenti della Bundesbank visitano scuole e università. Discutono con insegnanti, allievi e studenti. Si aggiungono poi le giornate delle porte aperte ed eventi speciali per ragazze e ragazzi.

La formazione economica in Germania, in Italia e in Europa è un importante compito sociale, che non deve avere lo scopo di pubblicizzare determinate imprese o prodotti finanziari. Deve piuttosto aiutare i giovani a sapersi orientare nella vita economica e a comportarsi ragionevolmente per quanto riguarda il denaro. Inoltre deve comunicare loro l'importanza di una moneta stabile e di finanze solide. Se quest'impresa riesce, ne possiamo approfittare tutti insieme e migliorare le opportunità di vita della giovane generazione.

Contributo

François Villeroy de Galhau

Governatore Banque de France

Stéphanie Lange-Gaumand

Head of Financial Education Department presso la Banque de France

L'alfabetizzazione finanziaria svolge un ruolo fondamentale nella riduzione della povertà. Molte persone hanno difficoltà a comprendere le questioni legate al denaro. L'educazione finanziaria aumenta la consapevolezza su questi temi per aiutare le persone a costruire comportamenti finanziari responsabili.

Soprattutto per le ragazze ed i ragazzi, l'alfabetizzazione finanziaria può fornire un aiuto, in un contesto di ristrettezze di bilancio, a gestire il proprio denaro in modo oculato, a preparare la transizione verso la propria autonomia finanziaria e quindi a costruire il proprio futuro nel modo migliore.

Vale la pena di ricordare ai giovani che 1) i risparmi forniscono una garanzia finanziaria per l'incertezza, 2) i risparmi possono contribuire alla realizzazione dei loro progetti a medio o lungo termine: finanziamento degli studi, acquisto di auto/casa, vacanze e persino pensione.

Anche l'alfabetizzazione economica svolge un ruolo fondamentale nell'aiutare i giovani a diventare adulti e cittadini consapevoli. È importante capire come funziona il mondo economico e finanziario per trovare il proprio posto come cittadino del proprio Paese e del mondo, e partecipare ai dibattiti democratici.

Sono convinto che, nell'epoca attuale, dopo un susseguirsi di crisi (finanziarie, sanitarie, belliche), l'alfabetizzazione finanziaria ed economica possa svolgere un ruolo fondamentale per comprendere meglio il presente ed il futuro.

Preparare le giovani popolazioni a diventare adulte significa anche fare chiarezza su parte del loro futuro e quindi ridurre la paura dell'ignoto.

Suggerisco di iniziare a sensibilizzare su questi temi il più presto possibile, nelle scuole, nei college e nelle università. Questa è la nostra priorità in Francia, dove nel 2016 è stato istituito il Comitato nazionale per l'educazione finanziaria.

Banque de France, che ha la responsabilità di guidare la strategia francese di educazione finanziaria, ha sviluppato una forte partnership con il Ministero dell'Istruzione francese per rendere le questioni monetarie un argomento obbligatorio insegnato a scuola. Forniamo agli insegnanti il materiale didattico adeguato.

Per esempio, abbiamo approntato un dispositivo specifico e generale per i ragazzi di 12-13 anni nelle scuole: un vero e proprio "passaporto finanziario".

Per evitare diffidenza o disinteresse da parte degli studenti, Banque de France ha sviluppato anche dei giochi educativi. Siamo convinti che questo sia un buon modo per introdurre le questioni relative al denaro in modo piacevole e divertente. Per esempio, abbiamo creato un gioco da tavolo educativo "Mesquestionsdargent" (MyMoneyMatters) e un escape game educativo, "Sur la piste de Matthieu".

(Alla ricerca di Matthieu). Nell'ultimo, dedicato a studenti di 16-17 anni, ogni partecipante aiuta a individuare le tracce finanziarie disseminate da Matthieu, che è scomparso. Attraverso questo gioco, gli studenti possono scoprire diversi argomenti, come il budget, il conto in banca, i mezzi di pagamento, l'assicurazione, i risparmi, il credito, le truffe finanziarie. Il gioco si conclude con un quiz per essere sicuri che gli studenti abbiano acquisito le conoscenze adeguate e davvero compreso questi argomenti. Inoltre, per far fronte ad eventuali paure e timori preventivi, nel prossimo futuro esploreremo l'apprendimento tra pari.

Credo che i professionisti debbano adattare la loro comunicazione per renderla comprensibile al grande pubblico. I professionisti tendono a rimanere in una cerchia ristretta, tra esperti. Invece dovrebbero incontrare i giovani e, più in generale, il pubblico, per capire meglio il loro linguaggio, le loro preoccupazioni e le loro domande.

In Banque de France stiamo lavorando, in questo senso, su due fronti.

Ci siamo impegnati direttamente con i cittadini francesi per rispondere alle loro domande sulla politica monetaria. Questa iniziativa, intitolata "La Banque de France à votre écoute" (La Banque de France ascolta), è guidata da un imperativo democratico e da una preoccupazione di efficienza economica.

Una politica monetaria meglio compresa sarà meglio trasmessa, anche alle famiglie e alle imprese.

Come detto, inoltre, produciamo materiale didattico. Nel 2016 la Banque de France ha creato la raccolta di risorse didattiche "ABC de l'économie".

Gli obiettivi sono aiutare il grande pubblico a comprendere meglio i termini economici utilizzati nella comunicazione della banca centrale e aiutare gli studenti delle scuole superiori (16-18 anni) e gli insegnanti a trovare materiale didattico gratuito, affidabile e conciso per illustrare i corsi di economia.

La Banque de France ha inoltre inaugurato nel 2019 il primo museo interattivo in Europa dedicato all'economia "Citeco"/Cité de l'économie (citeco.fr), che accoglie ogni anno migliaia di studenti con 25 giochi educativi e 50 video di intrattenimento.

Dal punto di vista personale, se mi chiedete che consiglio darei ai giovani di oggi per affrontare queste problematiche in un momento storicamente complesso, riassumerei il tutto in quattro punti:

- gestite il denaro con saggezza;
- tenete presente il rapporto rischio/rendimento: se vi viene offerto un investimento ad alto rendimento, di sicuro il rischio è elevato;
- attenzione alle truffe finanziarie: il mondo digitale offre ai clienti una maggiore autonomia, che non è priva di rischi;
- i crypto asset non sono valute e sono investimenti rischiosi.

Contributo

Klaas Knot

Presidente De Nederlandsche Bank

I giovani di oggi si trovano a crescere in tempi complicati e difficili. Negli ultimi due anni hanno dovuto affrontare l'impatto della pandemia di Covid-19. Sono stati costretti a rimanere a casa mentre avevano l'età giusta per uscire e scoprire il mondo. Questo ha avuto un impatto anche sulla loro educazione finanziaria. È l'età in cui si dovrebbe iniziare ad uscire e a viaggiare. Questo va di pari passo con le prime esperienze nel prendere decisioni finanziarie. E ora i giovani si trovano ad affrontare le amare implicazioni della guerra in Ucraina. I prezzi dell'energia stanno salendo alle stelle e l'inflazione continua a rimanere alta. Anche questo ha un impatto sulla loro vita e sulle decisioni finanziarie che prendono. Una nota positiva è che i tempi dei tassi di interesse negativi sono finiti. Ciò significa che risparmiare denaro sta tornando a essere più gratificante.

Non solo ora, ma in ogni circostanza, l'educazione finanziaria ed economica è molto importante. Se si conoscono meglio le questioni di denaro, si faranno scelte finanziarie più sagge. Ciò va a vantaggio non solo dei giovani, ma anche della nostra economia nel suo complesso. Sia le conoscenze finanziarie che la fiducia in queste stesse competenze giocano un ruolo importante nelle decisioni che prendiamo in questo ambito. Oltre alle scelte su come spendere il proprio denaro, sull'opportunità di investire o meno, ciò influisce anche, ad esempio, sul modo in cui una persona affronta i debiti o su come i giovani investono nella costruzione di un patrimonio. In vista di decisioni così importanti, è fondamentale aumentare l'alfabetizzazione finanziaria e la fiducia in se stessi.

Quanto più si è istruiti sui rischi finanziari, tanto più razionalmente si possono prendere decisioni finanziarie che possono avere un impatto significativo nel corso della vita. La conoscenza e l'educazione sono la chiave della fiducia nel mondo della finanza e dell'economia. Sia gli studenti che gli insegnanti hanno un ruolo da svolgere. Ma l'educazione finanziaria non dovrebbe concentrarsi solo sulla conoscenza, bensì anche sul comportamento finanziario. Anche questo è, a mio avviso, un compito degli insegnanti.

Per quanto riguarda il contributo che noi, professionisti del settore, possiamo offrire in questo senso, direi che prima di tutto il resto, una comunicazione chiara è fondamentale. Ritengo che questo sia un compito importante per i responsabili politici e decisionali del settore finanziario: comunicare in modo corretto, chiaro e onesto. Noi economisti abbiamo la tendenza a usare parole difficili, a esprimerci in gergo. Anche gli operatori del mondo finanziario usano spesso parole complicate che molti non capiscono. Prima della crisi finanziaria, alcune banche avevano sviluppato prodotti così complicati e utilizzavano un linguaggio così complicato che solo un piccolo gruppo specializzato di persone capiva. Inoltre, a volte non era affatto chiaro chi si assumesse i rischi di questi prodotti.

Tutti noi abbiamo sentito le conseguenze di questa mancanza di trasparenza durante la crisi finanziaria.

Noi, come banchieri centrali e autorità di regolamentazione, abbiamo fortunatamente imparato molto da questo.

A De Nederlandsche Bank e alla BCE la comunicazione chiara è una priorità fondamentale. Ad esempio, siamo molto attivi sui social media come Instagram e Twitter per spiegare cosa stiamo facendo e perché lo facciamo.

Noi di DNB utilizziamo il nostro canale Instagram per educare i più giovani alla finanza e all'economia e per stimolarli a riflettere sulle implicazioni delle loro decisioni finanziarie. Di recente abbiamo anche invitato i giovani alla DNB per ascoltare le loro preoccupazioni finanziarie ed economiche.

L'ho trovato molto prezioso e utile.

Sono cresciuto negli anni Ottanta. Era un periodo di alta inflazione, alta disoccupazione e bassa crescita economica. I miei genitori hanno imparato una dura lezione quando hanno sperimentato l'impatto del crollo del mercato immobiliare. Hanno perso molto denaro e questo ha avuto una forte ripercussione sulla nostra vita familiare. Ho imparato in giovane età quali conseguenze una decisione finanziaria sbagliata può avere sulla tua vita. Non lo dimenticherò mai.

Ho anche imparato quanto sia importante avere un sistema bancario stabile e solido per assorbire questi shock. Al me stesso più giovane, se potessi tornare indietro, cercherei soltanto di ripetere questa lezione. E se mi permettete di darvi un consiglio, tratto dalla mia esperienza personale: investire nella propria formazione è l'investimento più gratificante che si possa fare.

Contributo

Pablo Hernández de Cos

Governatore Banco de España

L'alfabetizzazione finanziaria ed economica è di estrema importanza per ogni persona. Essa riguarda la gestione delle nostre risorse e delle nostre passività.

Ha a che fare con il modo in cui organizziamo tutti gli aspetti pratici della nostra vita, ma anche quello con cui perseguiamo il benessere finanziario e sociale.

Ma l'alfabetizzazione finanziaria non è rilevante solo per le decisioni importanti della vita, come l'accensione di un mutuo per l'acquisto di una casa.

Ha anche a che fare con molte piccole decisioni quotidiane che dobbiamo affrontare come consumatori, ad esempio individuare il prestito migliore per l'acquisto di uno scooter, decidere se è meglio prendere 3 e pagare 2 o ottenere uno sconto del 50% sulla seconda unità o scegliere un metodo di pagamento appropriato.

In una società moderna, è quasi impossibile sviluppare un progetto di vita completo senza essere in grado di prendere decisioni valide su questioni economiche e finanziarie. Inoltre, l'alfabetizzazione economica e finanziaria ci permette di partecipare pienamente al dibattito pubblico a livello nazionale o europeo, aiutandoci a valutare i compromessi insiti nelle diverse opzioni politiche che ci vengono proposte per una scelta elettorale nel processo democratico. Inoltre, saremo in grado di valutare correttamente i risultati delle diverse politiche applicate.

La piena inclusione finanziaria è quindi un prerequisito per l'integrazione e la partecipazione sociale.

Oggi, nelle economie moderne, questa necessità è ancora più amplificata perché il panorama sociale e finanziario sta diventando sempre più complesso.

Inoltre, ci sono nuovi aspetti da considerare, come le varie sfide e opportunità derivanti dall'attuale processo di digitalizzazione delle nostre economie, le considerazioni sulla sostenibilità incorporate in molte delle nostre azioni quotidiane e le situazioni di vulnerabilità derivanti dalle crisi economiche.

La digitalizzazione può rappresentare una minaccia per alcuni segmenti della popolazione che hanno difficoltà ad adattarsi ai nuovi sviluppi tecnologici, con il rischio di esclusione finanziaria per questi gruppi. Sebbene i giovani siano la fascia della cittadinanza che ha maggiore familiarità con le nuove tecnologie, non dobbiamo dimenticare di metterli in guardia dai rischi e dai pericoli legati all'eccessiva fiducia negli ambienti digitali (con la percezione tipica del "gioco") e all'indebitamento online sconsiderato. Se è vero che gli ambienti digitali semplificano la vita fornendo un accesso facile a tutti i tipi di prodotti e servizi finanziari e non, è anche vero che i rischi di frodi e truffe potrebbero essere mitigati attraverso iniziative educative.

La finanza sostenibile sta acquisendo importanza nella nostra società.

I più giovani sembrano essere più consapevoli del ruolo che la finanza deve svolgere nelle questioni di sostenibilità. Tuttavia, non sempre sono altrettanto consapevoli degli sviluppi della finanza sostenibile, e di conseguenza sono vulnerabili al green washing.

Le situazioni di crisi portano a molti casi di sofferenza finanziaria, che potrebbero essere mitigati attraverso una corretta pianificazione. L'inflazione, soprattutto se persistente a livelli elevati, riduce notevolmente il potere d'acquisto del denaro. Anche in questo caso è necessaria una corretta gestione delle finanze personali, al fine di trovare il giusto equilibrio tra attività finanziarie, passività e liquidità.

L'educazione finanziaria non riguarda una complessa gestione delle finanze, ma decisioni quotidiane legate alla nostra vita, non diverse, ad esempio, dalla scelta del gestore telefonico che più ci aggrada, come l'essere ben consapevoli dell'importanza dei tassi di interesse per fare la scelta giusta tra le diverse offerte di finanziamento o l'essere consapevoli delle nostre esigenze e non lasciarci prendere la mano da sconti accattivanti, finendo così per acquistare prodotti e servizi di cui non abbiamo realmente bisogno.

Negli ultimi anni, l'educazione finanziaria è stata sempre più spesso inserita nei programmi scolastici come competenza trasversale da raggiungere per gli studenti. Nonostante questa tendenza, c'è ancora spazio per un miglioramento.

Per catturare l'attenzione degli studenti è importante avvicinarli con esempi molto pratici legati alla loro vita e alle loro aree di interesse. Più questi esempi sono vicini alla vita reale dei ragazzi, più sono efficaci per contribuire al loro coinvolgimento nel mondo della finanza.

Alcune persone possono essere riluttanti a parlare di questioni finanziarie. I pregiudizi possono essere diversi, ma a volte si tende a identificare la finanza con questioni sofisticate, complesse e di alto livello. Per superare paure e pregiudizi è importante mostrare quanto le decisioni finanziarie siano vicine alla nostra vita quotidiana. Potremmo anche decidere di evitare il termine finanza, e forse sarebbe meglio riferirsi alle decisioni economiche domestiche e quotidiane.

Non è solo il contenuto dei messaggi a dover essere adattato al linguaggio usato dai giovani; anche il canale di comunicazione deve essere considerato con attenzione. Per catturare l'attenzione dei ragazzi, il modo migliore e più rapido è probabilmente l'uso di messaggi chiari convogliati attraverso l'ambiente digitale e i social media. Questo è il mondo in cui vivono e che utilizzano sempre di più in tutti gli aspetti della loro vita quotidiana, sia per acquistare, sia per ottenere notizie o interagire con gli altri.

Nell'ambiente digitale, gli insegnanti possono trovare i materiali per suscitare l'attenzione degli studenti mantenendo sempre uno stretto legame con la loro realtà attraverso mezzi digitali come video, giochi, podcast, app, ecc.

Questi messaggi sarebbero ancora più efficaci sui social media se supportati da

attori rilevanti, come influencer o “ambasciatori”.

Inoltre, se la pubblicità utilizza l'economia comportamentale per influenzare il nostro comportamento di consumatori, avrebbe senso esplorare l'uso di questa disciplina non solo per trovare il modo migliore per superare i pregiudizi, ma anche per promuovere un comportamento responsabile. La ricerca su questo tipo di argomenti è quindi benvenuta.

Se potessi, oggi, tornare indietro e dare un consiglio a me stesso da giovane su questi temi, direi qualcosa di non molto diverso da quello che mi è stato insegnato a casa. La vostra conoscenza vi darà la libertà di scegliere.

Di conseguenza, se dovessi pensare a un consiglio finanziario per i giovani, senza dubbio cercherei di convincerli che non c'è vera libertà senza istruzione e che non c'è indipendenza finanziaria senza alfabetizzazione finanziaria.

Non è possibile sviluppare un progetto di vita senza competenze finanziarie di base. Questo, credo, aiuterà i più giovani a capire che, essendo in grado di controllare le proprie finanze personali, potranno essere liberi e autonomi per tutta la loro esistenza.

È proprio questa educazione che fornirà loro la capacità di decidere, nel corso della vita, le opportunità più adatte a loro. Ecco perché è così importante trasmettere il messaggio di libertà, in modo che i giovani si abituino precocemente a questa idea, liberandosi di qualsiasi connotazione negativa che il mondo della finanza può avere per loro o che possono trovare nel corso della loro vita.

La libertà implica la capacità di scegliere. A questo scopo, i giovani hanno bisogno di un mix di conoscenze, capacità critiche e un atteggiamento che favorisca un approccio ponderato a ogni scelta, che fornisca ai giovani la chiave per diventare effettivamente indipendenti e per contribuire alla società attraverso le loro scelte.

Mário Centeno

Governatore Banco de Portugal

Uno dei temi più importanti per le nuove generazioni, un argomento che è tra le sfide principali insite nel processo di globalizzazione, è la disuguaglianza.

La disuguaglianza è un argomento politico “caldo”, oserei dire in ebollizione, poiché crea tensione e frammentazione nel tessuto sociale dei Paesi.

La globalizzazione, da qualsiasi punto di vista la si guardi, comporta una grande riallocazione di risorse in tutto il mondo. E sappiamo che in questi processi di riallocazione ci sono vincitori e vinti. Poiché la transizione climatica è di per sé un processo di riallocazione, essa si aggiunge alle sfide che dobbiamo affrontare quando si tratta di fare i conti con le disuguaglianze. L'interazione tra globalizzazione e transizione climatica, oggi, può effettivamente aumentare le tensioni sociali tra i Paesi.

Le politiche sul cambiamento climatico hanno enormi conseguenze distributive sia all'interno dei Paesi che nei rapporti tra di essi, e spesso sono le famiglie più vulnerabili e i Paesi più poveri a soffrire di più. Abbiamo bisogno di misure di compensazione eque per garantire che le politiche di decarbonizzazione siano politicamente realizzabili. Inoltre, nel processo di transizione climatica, le vecchie tecnologie e i vecchi processi produttivi non sono più compatibili con il ritmo necessario di decarbonizzazione.

Il vecchio modello di sviluppo imitativo, che è stato facilmente adottato con successo dai Paesi meno sviluppati (alcuni dei quali ora in via di sviluppo), non è più applicabile nella situazione che oggi ci troviamo ad affrontare.

Ciò rappresenta un'altra sfida nel processo di integrazione di questi Paesi nella nuova era della globalizzazione. In effetti, potrebbero esserci meno opportunità di crescita.

Quindi, come compensare o soddisfare le aspettative di milioni di persone di raggiungere standard di vita più elevati? Come possiamo assicurare un futuro migliore a tutti, ma in particolare a coloro che si aspettano di raggiungerlo, le giovani generazioni?

La migliore strategia per affrontare la disuguaglianza in modo strutturale è senza dubbio l'istruzione. È questa la soluzione universale e collaudata per ottenere una crescita economica a lungo termine. Puntare su una buona istruzione generale e, in particolare, sull'alfabetizzazione economica e finanziaria, è un fattore chiave dell'inclusione economica.

Far progredire verso l'alto la scala dell'istruzione è però un esercizio impegnativo. In Portogallo, ad esempio, il 73% degli individui i cui genitori hanno un'istruzione superiore ha conseguito anche una laurea. Tuttavia, più della metà di coloro che hanno meno di un diploma di scuola superiore (56%) proviene da famiglie con un

livello di istruzione inferiore.

Ma l'interazione con la situazione finanziaria della famiglia in età più giovane, quando si compiono le scelte educative (ad esempio, a 14 anni), è ancora più dannosa per i risultati scolastici.

Ad esempio, la combinazione di famiglie con un livello di istruzione inferiore a quello secondario e con una cattiva situazione finanziaria, al momento delle scelte educative, ha portato a un tasso di laureati molto basso: solo uno su dieci (10%). Tra le famiglie con titoli di studio universitari, lo stress finanziario è meno dannoso: il tasso di laureati è ancora del 60%.

È chiaro che i governi devono elaborare politiche che attenuino le sfide finanziarie delle famiglie meno istruite. L'effetto durerà per tutta la vita.

L'istruzione è la chiave per affrontare le principali sfide del nostro tempo.

Per concludere con una nota positiva, credo davvero che la globalizzazione sia inevitabile. Pensate però all'“effetto farfalla” per cui le azioni di ciascuno di noi - individui o Paesi - hanno un impatto che va ben oltre la linea di vista.

Stà a voi, ragazzi e ragazze del nostro presente e del nostro futuro, aiutare i decisori a mitigare i difetti e a concentrarsi sulle virtù della globalizzazione.

Thorold Barker

Direttore, *The Wall Street Journal Europe*

Parlare di importanza della Media Literacy significa, nel mio caso e nel caso del Wall Street Journal, parlare di quello che si trova all'intersezione tra l'educazione ai media e all'informazione, e il territorio dell'alfabetizzazione economico-finanziaria, che ci tocca più da vicino come testata. Credo sia fondamentale riflettere sul perché sia necessario - per tutti, a prescindere dall'età, dalle idee e dalle convinzioni, dalle prospettive di carriera - saper innanzitutto leggere e comprendere quale tipo di informazione e quale contenuto siano rilevanti, quale fonte sia affidabile.

Questo non è soltanto un bisogno che subentra nel momento in cui ci dobbiamo misurare con il mondo dell'economia e del business in senso stretto, ma anche ovviamente quando a livello personale dobbiamo decidere come investire il nostro denaro, o come muoverci rispetto a delle scelte che toccano l'ambito economico e finanziario.

Essere alfabetizzati sotto il profilo finanziario significa anche avere degli strumenti in più nel momento in cui dobbiamo confrontarci con la direzione da far prendere alla nostra carriera, oppure scegliere un percorso lavorativo. Dobbiamo renderci conto che senza questo tipo di conoscenze, non possiamo avere un impatto reale nel nostro ambito professionale, o sul mondo che ci circonda. Nella maggioranza delle professioni è difficile riuscire a fare una differenza sostanziale, ad avere un impatto nel settore in cui agiamo, se non si possiede una comprensione strutturata di come funzionano l'economia e la finanza. E ciò non vale soltanto per gli impieghi e gli incarichi che si collocano all'interno di questa sfera specifica.

Pensiamo ad esempio alla medicina. Se si è un medico, capire come funziona l'aspetto finanziario legato alla pratica, al mercato dei medicinali, alle assicurazioni o al settore privato diventa un valore aggiunto, una conoscenza extra capace di darci una marcia in più. Ovviamente nel settore bancario queste informazioni saranno ancora più centrali e determinanti, ma in generale, per ogni tipo di professione, la capacità di selezionare e valutare le informazioni economico-finanziarie, elaborandone i dati e utilizzandoli proattivamente, è un aspetto fondamentale del processo decisionale.

Anche nei settori che a volte consideriamo più lontani dal mondo della finanza e dell'economia questa dimensione gioca un ruolo fondamentale: pensiamo ad esempio a cosa succederebbe se decidessimo di fondare una organizzazione non governativa, una Ong. Innanzitutto dovremo raccogliere i fondi necessari, poi imparare a gestirli senza sprechi, a calcolare i margini necessari per rendere la nostra associazione sostenibile sul lungo periodo, a valutare le spese necessarie e quelle superflue, e così via. Senza questa consapevolezza, senza queste skills, la nostra Ong sarà inevitabilmente destinata ad avere vita breve.

L'educazione economica e finanziaria è vitale in termini di abitudini e competenze

acquisite per il mercato del lavoro, dunque, ma non solo: lo è anche per garantire il nostro benessere personale. Tutti noi dobbiamo saperci muovere nel modo migliore possibile quando prendiamo decisioni rilevanti come l'acquisto di una casa, la scelta di un piano pensionistico, e molto altro ancora.

Come si può portare questo tipo di conoscenze - così essenziali su piani tanto diversi fra loro - all'interno delle scuole? Credo che le chiavi del successo di un progetto di Financial Literacy siano due: renderlo interessante e renderlo accessibile. Un progetto simile dovrebbe essere il più possibile centrato su argomenti che stanno a cuore alle studentesse e agli studenti.

È necessario creare progetti pensati appositamente per loro, proporre case studies, insomma riuscire a far prendere vita a questi principi, trasferendoli nella realtà. Al Wall Street Journal abbiamo a cuore queste iniziative e cerchiamo di sostenerle e di trovare i modi migliori per rivolgerci al nostro pubblico più giovane, avvicinandolo quindi ancora di più al mondo della finanza e dell'economia.

“Young Factor” edizione 2022/2023

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

Il Libro di Lavoro che viene predisposto per l'anno scolastico 2022-2023 nell'ambito dell'iniziativa denominata “Young Factor” promossa dall'Osservatorio Permanente Giovani-Editori e svolta in collaborazione con tre importanti gruppi bancari e finanziari (Intesa Sanpaolo, UniCredit e Monte dei Paschi di Siena) volta a supportare la diffusione presso gli studenti delle scuole medie superiori delle conoscenze in ambito economico-finanziario vede in questa edizione una sorta di “discontinuità nella sua continuità”. Infatti, alla luce soprattutto di taluni eventi epocali che hanno letteralmente sconvolto, direttamente o indirettamente, la quotidianità di tutti noi in questi ultimi tre anni e identificabili nella pandemia Covid-19 e nella deflagrazione di un conflitto al centro dell'Europa, questo Libro di Lavoro intende (ri)proporre alcuni dei concetti chiave che sono alla base delle conoscenze economiche (ma non solo) di tutti i cittadini. Ciò in quanto gli eventi sopra richiamati hanno rimesso in discussione alcune circostanze che si davano ormai per acquisite, ma che in realtà così non è più: si pensi al processo di pace interrotto nel bel mezzo dell'Europa, alla ripresa dell'inflazione, alle difficoltà dell'approvvigionamento di beni di prima necessità per le popolazioni o per l'industria di base, al minore livello atteso di welfare, alle nuove forme di lavoro, e così via.

Ecco che la “discontinuità” di questa edizione sta nell'affrontare temi economico-finanziari di base e, per così dire, essenziali e non ignorabili da nessuno dopo che nelle edizioni precedenti si sono indagati temi in una logica di estrema attualità: dalle innovazioni per il futuro dei giovani ai grandi temi di sviluppo per le economie, dalla sostenibilità e correttezza dei comportamenti economici all'impatto della pandemia sui vari ambiti della società civile.

Quindi, come si dirà più avanti in dettaglio, si affrontano alcuni concetti di base che sono oggetto di ascolto e dibattito quotidiano quali inflazione, potere d'acquisto, rischio di impresa, assistenza finanziaria, consumo, risparmio, solvibilità e investimento.

Ma la sua "continuità" con le precedenti edizioni è la qualità dei formatori coinvolti e l'impianto didattico complessivo del Libro di Lavoro. Infatti, ciascun tema individuato viene trattato da un formatore esperto che predispone una scheda didattica che si apre con l'individuazione di uno o due articoli tratti dai quotidiani e un loro breve commento nell'intento di dare delle chiavi di lettura dell'articolo stesso. La scheda poi si articola in diverse sezioni nelle quali il tema oggetto di indagine viene dapprima presentato nei suoi tratti essenziali; seguono poi vari supporti didattici che hanno l'obiettivo di aiutare il lettore a comprendere al meglio il tema, anche attraverso opportuni approfondimenti: ad una descrizione degli elementi di base dell'argomento trattato, segue la proposta di una traccia per l'effettuazione di alcune attività in classe inerenti taluni spunti collegati al tema in oggetto, nonché la presentazione di altri strumenti didattici o di approfondimento (tra cui anche dei semplici test di valutazione dell'apprendimento).

Come anticipato, il "filo rosso" di questo Libro di Lavoro è costituito da alcuni "concetti chiave" che devono necessariamente far parte della "cassetta degli attrezzi" di un giovane che vuole essere informato per iniziare a costruirsi una adeguata preparazione in ambito economico e finanziario. Pertanto, nelle prime cinque schede sono affrontati i grandi temi alla base di una cultura finanziaria essenziale. Infatti, la prima scheda individua la fondamentale e basilare relazione tra CONSUMO e RISPARMIO con l'obiettivo di presentare al lettore le relazioni e le conseguenze nel breve e nel lungo termine delle decisioni di spesa (o meno) delle risorse finanziarie a disposizione.

Una volta chiarita questa contrapposizione, vengono analizzati altri concetti che ne sono una conseguenza; si pensi ad un soggetto che deve investire il proprio risparmio secondo una logica di RISCHIO e RENDIMENTO e, come ripreso nella seconda scheda, viene presentato il "dilemma" tra la ricerca delle migliori opportunità di investimento per far fruttare il proprio risparmio (che come noto è una rinuncia a consumare oggi per poterlo fare successivamente) e la valutazione dei rischi associati a tali opportunità di investimento. Sicuramente una delle preoccupazioni maggiormente sentite (e tornata prepotentemente di attualità in questi mesi) è la difesa del potere d'acquisto del risparmio, che viene minacciato e intaccato quando si è in presenza di inflazione: ecco allora che la terza scheda si occupa della relazione tra INFLAZIONE e POTERE D'ACQUISTO.

La quarta scheda illustra cosa vuol dire indebitarsi chiarendo il concetto di solvibilità, ossia la capacità di onorare i propri debiti contratti: vengono presentate le modalità attraverso le quali un soggetto (privato, impresa o Stato) si indebita e quanto è importante in tale processo dimostrare la capacità di far fronte ai propri debiti, analizzando la relazione appunto tra DEBITO e SOLVIBILITÀ. Infine, tra i concetti basilari per una corretta conoscenza economico-finanziaria, non si può non avere una chiara rappresentazione della relazione tra INVESTIMEN-

TO e DIVERSIFICAZIONE, che ha lo scopo di mitigare l'esposizione ai rischi associata agli investimenti in strumenti finanziari: la quinta scheda si occupa di illustrare quanto sia importante comprendere la necessità di diversificare i propri investimenti allo scopo di ridurre la rischiosità complessiva delle scelte fatte.

La sesta scheda propone la relazione economica fondamentale tra domanda e offerta (sia essa di beni o di servizi) dalla quale emerge il PREZZO, ossia il punto di incontro che consente ai soggetti coinvolti (tipicamente contrapposti in acquirenti e venditori) di accordarsi per effettuare uno scambio: è una legge economica ben nota e sulla quale si regge l'economia di mercato. Una delle grandezze che viene quotidianamente ripresa dai media e che è oggetto di svariate analisi è il PRODOTTO INTERNO LORDO in quanto - in estrema sintesi - misura lo stato di salute di una economia e l'intraprendenza degli attori economici in essa operanti: la settima scheda spiega come è costruito e in che modo le analisi ad esso riferite risultano cruciali per i confronti tra diverse economie. Ovviamente la crescita e lo sviluppo di una economia non possono prescindere dal livello di imprenditorialità degli attori presenti, e tra questi sicuramente le imprese sono la chiave di volta: l'ottava scheda vuole sottolineare cosa vuol dire fare IMPRESA e quali opportunità e rischi ciò comporta, con particolare attenzione alle imprese operanti nel nostro Paese. Sia un privato cittadino e sia un'impresa (privata o pubblica che sia) necessitano di una infrastruttura finanziaria adeguata alle rispettive esigenze che - come visto nelle altre schede descritte - possono riguardare la tutela del risparmio, l'effettuazione di investimenti finanziari, la ricerca di finanziamenti e così via: questo ruolo nelle economie moderne viene svolto dal sistema bancario e dai mercati finanziari. La nona e la decima scheda, rispettivamente, si occupano di presentare la BANCA e il CREDITO, da un lato, e i MERCATI FINANZIARI dall'altro: sono soggetti il cui ruolo è alquanto pervasivo in una economia e il loro efficiente funzionamento deve essere perseguito con forza perché di fatto supportano i piani di sviluppo dei vari attori: famiglie, imprese e pubblica amministrazione.

Ma la "continuità" con le precedenti edizioni la si trova in questo Libro di Lavoro anche proponendo un tema di estrema attualità dai risvolti non solo economici ma anche educativi quale la violenza economica intesa come atteggiamento di controllo e monitoraggio di persone (in particolare delle donne) a cui sono negate risorse finanziarie: il Libro di Lavoro si conclude, quindi, con una ulteriore scheda proprio su questo argomento che ancorché poco noto rappresenta un problema la cui emersione necessita di adeguati provvedimenti a tutela delle categorie di soggetti finanziariamente più deboli.

Pertanto, anche questo Libro di Lavoro ha l'ambizione di dare un contributo per aiutare i giovani interessati a "saperne di più" su argomenti magari apparentemente distanti e non sempre accessibili ma essenziali per la loro formazione e crescita; però essi non sono soli in quanto possono contare sulla disponibilità e sull'intraprendenza dei loro insegnanti, che a loro volta possono trovare nelle schede proposte numerosi spunti di analisi e di discussione.

Parte III

Technology-Digital Literacy

Parlare di educazione digitale dopo due anni che hanno visto le scuole di tutta Italia confrontarsi, non senza difficoltà e timori, con la didattica a distanza, è al tempo stesso un passaggio cruciale e delicato. Come scrivevamo per l'edizione precedente del Libro, ci siamo trovati di fronte a una sfida, un passaggio storico cruciale, una specie di resa dei conti - il momento in cui le riflessioni teoriche sul digitale hanno ceduto il passo all'incontro/scontro con il reale.

Il digitale è stato scialuppa di salvataggio, ma anche muro contro cui si sono schiantate le criticità e le fragilità di scuole e famiglie, studenti e docenti. Le modalità di insegnamento e apprendimento, la trasmissione ed elaborazione della conoscenza hanno dovuto ripensarsi e ristrutturarsi intorno a flussi, modi, tempi completamente nuovi, gli entusiasmi hanno lasciato spazio a frustrazioni e arrabbiature, per poi tornare sui propri passi e scoprire quanto ci hanno regalato, in materia di costruzione e mantenimento di rapporti umani e canali educativi, i tanto vituperati strumenti tecnologici. Sono diventati, questi ultimi, il nostro reale interfaccia con il mondo, con gli amici, con i colleghi, con i professori, con i parenti. C'è stato del buono e del cattivo, stanchezza ed energia, curiosità e noia. C'è stato tutto e il contrario di tutto, nella stessa grande altalena che ha un po' caratterizzato tanti aspetti di questa era pandemica.

E se la parte positiva possiamo tranquillamente tenercela stretta, su quella negativa - le difficoltà di concentrazione, il multitasking e i suoi pericoli, il rischio di non saper selezionare e analizzare i contenuti, la separazione non sempre netta tra mondo reale e virtuale - possiamo e dobbiamo continuare a migliorarci.

Nel solco di queste riflessioni si collocano, anche quest'anno, i progetti di *Digital Literacy* promossi dall'Osservatorio Permanente Giovani-Editori, come quello già collaudato e realizzato insieme a Tim. L'obiettivo non è semplicemente quello di imparare ad "usare bene" gli strumenti digitali a nostra disposizione - lo smartphone, il tablet, il computer, ma anche le app e i software cui abbiamo affidato sempre più ampie fette della nostra quotidianità, scolastica, lavorativa o privata. Si tratta, piuttosto, di estendere anche all'ambito digitale il processo di affinamento dello spirito critico.

Oltre al progetto in collaborazione con Tim, su questa stessa linea vediamo, anche quest'anno, il proseguimento delle attività formative previste dal Protocollo di intesa siglato dall'Osservatorio Permanente Giovani-Editori con il Ministero dell'Istruzione e Apple, un Protocollo finalizzato alla realizzazione di attività destinate a rinforzare le competenze digitali dei docenti. Grazie a questo strumento verranno forniti nuovi servizi e risorse per la formazione professionale degli insegnanti, iniziative per individuare soluzioni a supporto dei processi di innovazione didattica-pedagogica e tese a modificare i tradizionali ambienti di apprendimento, favorire la condivisione di informazioni e contenuti a supporto dei bisogni educativi dei docenti, diffondere la cultura dell'educazione digitale, rafforzare le competenze di studenti e docenti.

Due progetti solo in apparenza diversi, ma che in realtà condividono - quasi in controtendenza rispetto ai tempi frenetici del web - la necessità di rallentare, valutare, analizzare, riflettere. È solo rafforzando la cittadinanza digitale, cioè la conoscenza dei meccanismi di funzionamento del mondo della Rete, che questo processo di elaborazione critica della conoscenza e dell'informazione potrà realmente prendere piede ed aiutarci nella costruzione del mondo che verrà. In questa chiave, l'Osservatorio manterrà aperti tre fronti di lavoro: formazione dei formatori, lezioni in aula (con l'appoggio fondamentale degli articoli di quotidiano e la loro analisi, ma anche nuovi strumenti con cui misurarsi), ricerca.

Ci sarà spazio per lo sviluppo di competenze specifiche, sia in ambito didattico che professionale, e di progetti individuali o collettivi, da esplorare sia in aula che in remoto.

Sfruttando appieno tutto il potenziale di cui gli strumenti digitali ci hanno finora dato dimostrazione.

Jill Abramson

American author, journalist, academic and former executive editor of *The New York Times*



Questa è la copertina del mio libro, pubblicato nel 2019. Si basa su un reportage investigativo che ho realizzato su una vera e propria rivoluzione: il passaggio dalla carta stampata alle notizie digitali, che ha cambiato quasi completamente il modo in cui le notizie vengono trattate e il modo in cui il pubblico consuma le medesime. Le informazioni viaggiano in modi completamente diversi rispetto a quanto accaduto nella maggior parte della mia carriera giornalistica.

Non è esagerato dire che la tecnologia digitale ha avuto sulla nostra società lo stesso impatto che ebbe la stampa di Gutenberg centinaia di anni fa.

La stampa e il Web hanno rivoluzionato il modo in cui le informazioni si diffondono. Definiscono ciò che chiamiamo comunicazione di massa.

Come potevo trasformare un argomento così importante in una storia leggibile, persino succosa, che potesse interessare un pubblico ampio, visti i tempi così polarizzati in cui ci troviamo a vivere? Come direttore generale ed esecutivo del New York Times, ho cercato di guidare questa rivoluzione dall'interno e, per certi versi, ne sono stata travolta. Ciò a cui ho assistito è stato al tempo stesso terrificante - alcuni cari colleghi hanno visto scomparire il loro lavoro - ed esaltante, con l'avvento del giornalismo multimediale e la crescita del nostro pubblico da 1,1 milioni di abbonati alla carta stampata a una tiratura combinata - a pagamento, cartacea e digitale - di 10 milioni di persone. Non sapevo cosa avrei trovato, però sapevo riconoscere una buona storia quando ne vedevo una. Ma quello che avrebbe dovuto essere un periodo glorioso per il giornalismo non si è dimostrato tale, e condividerò con voi alcuni dei motivi.

In *Merchants of Truth* (I mercanti della verità) ho illustrato il modo in cui quattro aziende giornalistiche, il New York Times e il Washington Post (due dei più influenti editori storici) e due start-up digitali, Vice e BuzzFeed, hanno affrontato questa transizione digitale. Quando ero redattore capo e direttore esecutivo del Times, sapevo di stare vivendo un periodo straordinario e molto impegnativo di cambiamenti e di sconvolgimenti. Così, nel 2014, ho iniziato a investigare.

I media si trovavano al culmine della loro influenza quando, nel 1979, David Halberstam, anch'egli ex giornalista del New York Times, pubblicò *The Powers That Be*, un bestseller che è tuttora un'ottima lettura. Le reti televisive potevano essere considerate allora all'apice del loro potere. Negli USA, 29 milioni di telespettatori in media si sintonizzavano ogni sera per ascoltare Walter Cronkite - che aveva iniziato a lavorare alla radio a Kansas City - al notiziario serale della CBS.

La CBS è stata una delle quattro aziende giornalistiche di cui Halberstam ha tracciato il profilo. Il reportage del Washington Post sul Watergate aveva fatto cadere un Presidente.

La pubblicazione dei Pentagon Papers da parte del New York Times aveva portato a una serie di decisioni della Corte Suprema che hanno rafforzato notevolmente il potere della stampa libera. La stampa aveva raggiunto livelli altissimi quando Halberstam scrisse *The Powers That be*.

Il terreno su cui stavo lavorando era molto diverso, anzi diametralmente opposto. La mia carriera ha coinciso con la completa rottura del modello di business che aveva sostenuto il giornalismo giornalistico e televisivo: la pubblicità a pagamento. L'86% delle persone oggi segue le notizie sul cellulare, e le consuma su gigantesche piattaforme di social media come Facebook e Twitter invece che sui singoli organi di informazione. Oggi i telespettatori dei notiziari serali di CBS, NBC e ABC messi insieme sono meno numerosi di quelli che seguivano la CBS quando Cronkite sedeva sulla sedia del conduttore. Tutti possono essere editori.

Il tipo di fiducia e autorevolezza di cui Cronkite godeva non esiste più.

Le organizzazioni giornalistiche hanno disaggregato i propri prodotti per rivolgersi a un pubblico di nicchia sempre più ristretto, ed è questo pubblico a decidere quali storie siano importanti in base al numero di clic che ricevono. Oltre al calo di autorevolezza, le organizzazioni giornalistiche tradizionali come la CBS e il New York Times hanno subito una perdita di fiducia da parte del pubblico. Nell'ultimo sondaggio condotto dalla Pew Foundation, solo il 36% dei cittadini interpellati ha dichiarato di fidarsi dei media. E, dato spaventoso, solo l'11% dei repubblicani si fida.

Alcune delle ferite alla reputazione dei media sono state autoinflitte. Dal 2000 in poi, abbiamo visto i media affidarsi a informazioni sbagliate sulle armi di distruzione di massa nella preparazione della guerra in Iraq. Abbiamo mandato all'aria le elezioni del 2016 eleggendo erroneamente e prematuramente Hillary Clinton. Durante l'amministrazione Trump, i media si sono scatenati su una presunta collusione russa che non è mai stata provata. In una società polarizzata, le persone vedono i media come partigiani. L'America rossa (repubblicana, ndr) guarda Fox, l'America blu (democratica, ndr) legge il New York Times. La stampa ha perso l'autorità morale che aveva un tempo. Naturalmente, anche le tirate ininterrotte di Donald Trump contro le fake news dei media hanno alimentato la perdita di fiducia.

Le pressioni finanziarie sono diventate costanti. Il peggioramento del quadro economico e la frenetica ricerca di entrate hanno inaugurato un periodo in cui le vecchie regole etiche sono state piegate e modificate. Con l'avvento della bacheca digitale di Craigs List, la pubblicità, la linfa vitale dei giornali locali, è scomparsa e centinaia di giornali locali hanno faticato a raggiungere le rotative.

Katharine Weymouth (ex editore e CEO del Washington Post, ndr) mi ha raccontato che in un anno una sezione speciale di annunci è passata dalle dimensioni di un elenco telefonico a una cartella di file. Nel 2009 il Post ha chiuso i suoi uffici regionali. La redazione è passata da 1.000 giornalisti ad appena più di 500.

La pubblicità digitale si è rivelata abbondante e molto più economica.

I dollari della stampa si sono convertiti in monete digitali.

La perdita catastrofica di pubblicità ha comportato tagli e chiusure di redazioni.

Il 25% dei giornali che esistevano quindici anni fa sono scomparsi insieme a decine di migliaia di giornalisti che hanno perso il lavoro. Molte località non hanno più giornali, in quello che sta diventando un vasto deserto di notizie.

Nel 2007 il Boston Globe ha chiuso tutte le sedi estere. Anche se non si è trattato di una catastrofe per la qualità delle notizie, io stessa ho dovuto fare i primi tagli al personale della redazione nella storia del Times.

In un certo senso, questa calamità finanziaria ce la siamo cercata da soli.

C'è stato un peccato originale dell'era digitale. Alla fine degli anni '90, all'alba di Internet, il mantra era diventato "Le notizie vogliono essere libere (free in inglese significa sia libero che gratuito, ndr)". Nessuno credeva che qualcuno avrebbe pagato per le notizie, visto che erano disponibili gratuitamente in così tanti posti. Con l'esaurirsi della pubblicità sulla carta stampata, i giornali a conduzione familiare, un tempo monopoli redditizi, sono stati venduti.

Il Kansas City Star, un tempo di proprietà della famiglia Nelson, ha visto cinque cambi di proprietà. Disney, Capital Cities, Knight-Ridder, McClatchy e, nel 2020, un vulture fund, Chatham Asset Management.

Nessuno di questi cambiamenti ha rafforzato il servizio giornalistico del Kansas City Star. La sua redazione è l'ombra di ciò che era un tempo. La famiglia Graham ha venduto il Washington Post a Jeff Bezos di Amazon nel 2013, dopo anni di calo dei ricavi.

Come ha fatto il New York Times a sopravvivere? Continuando a credere che la profondità, l'ampiezza e la qualità delle sue notizie fossero uniche, il Times ha deciso di mettere alla prova la convinzione diffusa che le notizie digitali dovessero essere gratuite e ha iniziato a far pagare i lettori on-line nel 2011.

A quel punto si è ipotizzato che la famiglia Sulzberger dovesse vendere il giornale e che il New York Times potesse addirittura fallire. Nel primo anno gli abbonati digitali paganti sono stati 454.000. Ora, con due grandi acquisizioni, Wordle e The Athletic, sono quasi 10 milioni. E sempre più siti di notizie hanno copiato il modello a pagamento del Times.

Nessuno ha fatto più di Donald Trump per ripristinare la salute finanziaria dei media. Ci ha definito "nemici del popolo", ma in realtà lui stesso era una creatura dei media scandalistici. Ha sempre avuto un rapporto di amore-odio con il Times. Per quanto abbia denunciato il giornale, desidera anche la sua approvazione. Come sostengo in *Merchants of Truth*, Donald Trump e i media hanno sempre avuto un rapporto simbiotico.

Trump ha imparato meglio di chiunque altro come usare i media per proiettare un'immagine. Mostro sempre ai miei studenti la parte introduttiva di *The Apprentice*, con il "re" che sale sul suo elicottero marchiato Trump. Con tre parole - SEI STATO CANCELLATO - è diventato l'elemento di disturbo per eccellenza.

Non ha consultato nessuno quando Mark Burnett è venuto alla Trump Tower per proporgli *The Apprentice*. Ha accettato in meno di un'ora. Impulsività.

Solo io posso risolvere questo problema.

Per quanto i media lo abbiano scrupolosamente controllato e abbiano documentato il numero crescente delle sue bugie, Donald Trump ha creato i suoi fatti.

Infatti, Kelly-Anne Conway una volta ha definito le affermazioni del Presidente "fatti alternativi". Ho fatto fare una maglietta con questa frase ridicola.

Ironia della sorte, Donald Trump è responsabile del risanamento delle grandi organizzazioni giornalistiche. I giornalisti si sono occupati di ogni suo tweet e i lettori sono stati conquistati. La gente è diventata dipendente dalle notizie politiche. I notiziari via cavo, che si tratti di Fox, CNN o MSNBC, hanno registrato ascolti record.

Ma proprio mentre il Paese diventava sempre più polarizzato, lo stesso accadeva ai media. Fox è diventata la fonte di notizie per l'America rossa, mentre il Times e il Washington Post erano i giornali nazionali dell'America blu. La realtà della vita negli Stati Uniti raccontata dai media era molto diversa a seconda del lato su cui ci si collocava in questa divisione.

Mentre facevo ricerche per un libro, un brillante analista della stampa, Jay Rosen, ha scritto: "C'è il rischio che un terzo dell'elettorato rimanga isolato in un circolo di news dove Trump diventa la principale fonte di informazioni su Trump, perché le fonti indipendenti vengono rifiutate per principio. Questo è già successo. Un sistema autoritario è in funzione per una parte della politica".

Poiché molte persone ricevono le notizie dal loro feed di Facebook, i cui algoritmi inviano le notizie che ti piacciono dalle persone che conosci, le persone si sono divise in bolle di filtraggio, non vedendo mai le notizie che mettono in discussione le loro convinzioni politiche.

Questo non è, inutile dirlo, ciò che i Padri Fondatori avevano in mente quando scrissero il Primo Emendamento e vi inserirono le protezioni costituzionali per una stampa libera. I Fondatori temevano mortalmente un potere eccessivamente centralizzato. Senza una stampa libera e affidabile, chi avrebbe informato il popolo? Il primo emendamento è il primo per un motivo. Ci devono essere organizzazioni giornalistiche affidabili che scavano e scoprono la verità: sul Covid-19, sul cambiamento climatico, sulla disuguaglianza economica e sul controllo del potere.

Il mio libro inizia nel 2007, l'anno in cui tutto sembra cambiare.

Il 2007 è stato l'anno in cui Steve Jobs ha presentato l'iPhone e Facebook ha lanciato il suo News Feed. Anche se Mark Zuckerberg rifiuta quello che sto per dire, Facebook è il più grande editore di notizie che il mondo abbia mai conosciuto e l'iPhone ha sostituito la stampa, le reti radiotelevisive e praticamente ogni altro modo di ottenere notizie.

Questi cambiamenti non sono stati puramente tecnici. Hanno influenzato profondamente anche i contenuti. Il nuovo pubblico digitale e massificato era più giovane di quello precedente. Non gli piaceva il vecchio modo di fare giornalismo, con una voce univoca, calata dall'alto. Volevano storie più emozionanti che riflettessero la loro vita e fossero raccontate con la loro voce.

E così i giornalisti hanno iniziato ad usare il pronome “io”, scrivendo in prima persona per apparire più accessibili ai loro lettori.

Le nuove start-up dell’informazione sono state lanciate con un approccio “digital first”. VICE è una delle aziende di cui parlo nel libro. Ha iniziato come rivista per giovani uomini su argomenti semi-scandalistici, ma già nel 2011 stava producendo documentari video immersivi in luoghi remoti. Hanno chiamato le notizie che producevano “On the Edge”. VICE catturava il pubblico più giovane. L’età media degli spettatori di Fox è di 69 anni.

I fondatori di VICE sono Shane Smith e Suroosh Alvi. Quando hanno dato vita a VICE come giornale settimanale alternativo in Canada, vivevano letteralmente grazie al sussidio di disoccupazione. Entrambi sono diventati miliardari. Smith era famoso per le sue presentazioni ubriache agli upfront, gli spettacoli annuali che le varie organizzazioni giornalistiche organizzano per gli inserzionisti.

Jonah Peretti invece ha lanciato BuzzFeed, un’azienda basata sui suoi esperimenti per rendere le “notizie” virali, come ad esempio le catene di Sant’Antonio virtuali con immagini di teneri gattini o cuccioli. Nel 2012, Peretti ha aggiunto le notizie serie alla “dieta leggera” di BuzzFeed. È stato BuzzFeed a pubblicare il famigerato dossier Steele (sui rapporti Trump-Russia, ndr). Nel 2019, il giornalismo di BuzzFeed è stato finalista al Premio Pulitzer. Nel 2021 hanno poi vinto un Pulitzer per la loro copertura del settore bancario.

Al New York Times eravamo preoccupati che queste nuove aziende di notizie digitali potessero farci fallire. La raccolta di notizie è molto costosa.

Il bilancio annuale del New York Times è di 200 milioni di dollari.

Quando ero redattore capo, abbiamo trascorso mesi a verificare una cache di documenti segreti sulle guerre in Iraq e Afghanistan provenienti da Wikileaks.

Tre minuti dopo aver pubblicato le nostre storie, l’Huffington Post, che aveva fatto ZERO indagini, ha messo in cima alla sua homepage la nostra storia con lo stesso titolo del banner e ha ottenuto più traffico del Times perché aveva una migliore SEO, cioè una ottimizzazione dei motori di ricerca. Il New York Times è stato costretto a chiedere un prestito di 250 milioni di dollari al miliardario messicano Carlos Slim per sostenere la sua redazione di 1200 giornalisti.

C’era chi prevedeva la nostra bancarotta. Avevamo appena costruito una nuova sede molto costosa e scintillante.

Durante i miei ultimi anni al Times, il pubblico di BuzzFeed, Vice e Huffington Post era più grande di quello del Times. Sembravano essere loro i vincitori dell’era digitale. Ho passato molto tempo a studiare come costruivano le notizie: con giornalisti giovani e inesperti che stavano seduti ai loro terminali a raccogliere storie allettanti e spesso banali da Internet.

La posta in gioco era davvero il futuro delle notizie di qualità. Non notizie di base, ma reportage originali, inchieste sull’influenza del denaro nella politica, servizi internazionali, racconti dalle zone di guerra, come l’Ucraina.

Non c'è modo di sostituire un paio di stivali sul terreno, con i giornalisti che rischiano la vita in prima persona. Questo tipo di raccolta di notizie è molto costoso. Per le emittenti, inviare reporter e telecamere in prima linea è dispendioso. Avere delle teste parlanti che sputano opinioni a raffica è economico.

La sfiducia nei confronti della stampa è aumentata nonostante ci siano più giornalisti che mai che rischiano la vita per coprire le notizie. Quando ero direttore esecutivo, uno dei nostri giornalisti è morto mentre seguiva la guerra in Siria.

È toccato a me chiamare la moglie per dirle che il marito era morto.

Quattro dei nostri giornalisti sono stati rapiti. Daniel Pearl, mio amico dai tempi in cui lavoravamo insieme al Wall Street Journal, è stato ucciso da Al Qaeda nel 2002. Più recentemente, Jamal Khashoggi del Washington Post è stato brutalmente assassinato dai sauditi. Austin Tice è scomparso da anni. Sono stati 71 i giornalisti uccisi nel mondo nel 2017.

La violenza contro i reporter avviene anche sul fronte interno. Katy Tur ha dovuto assumere guardie del corpo per seguire i comizi di Trump nel 2016.

La rivoluzione digitale ha trasformato anche la vecchia linfa vitale del giornalismo, la pubblicità. Poiché la pubblicità convenzionale stava morendo, BuzzFeed e VICE hanno introdotto un nuovo tipo di pubblicità digitale, chiamata pubblicità nativa. La pubblicità nativa imita i contenuti giornalistici (la definizione è quella di una forma di pubblicità sul web che, per generare interesse negli utenti, assume l'aspetto dei contenuti del sito sul quale è ospitata, ndr).

Il direttore della pubblicità del New York Times all'epoca mi disse che il Times non avrebbe mai fatto annunci nativi perché avrebbero confuso i lettori su ciò che era notizia e ciò che era pubblicità. Oggi il Times ha un'agenzia pubblicitaria interna che sforna annunci nativi.

Il NYT cartaceo non aveva pubblicità che interrompesse la lettura.

Durante i miei ultimi anni al giornale, la disperazione sul fronte finanziario ha quasi spinto l'editore a vendere a un inserzionista il riquadro stampato in cima alla testata che ha sempre contenuto il motto e il credo del Times - All the News That's Fit to Print. Oggi non è possibile leggere 200 parole di un articolo online senza trovarsi di fronte a un grande annuncio che a volte si apre senza che si clicchi su nulla.

A volte gli annunci nativi hanno richiesto lo stesso lavoro del vero giornalismo.

Per un annuncio nativo di *Orange is the New Black* della HBO, il Times ha inviato delle troupe nelle carceri per intervistare dei veri detenuti. Poi c'è stato l'avvento delle conferenze a pagamento, delle crociere e dei viaggi con i giornalisti-star...

Ma torniamo ad alcune delle tendenze cui ho accennato prima.

La fiducia del pubblico nei mezzi di informazione è in calo, e così le entrate dei giornali e i posti di lavoro nelle redazioni. Il New York Times si è dimostrato un'eccezione. Con la crescita degli abbonamenti digitali, è sopravvissuto.

Le entrate digitali ora compensano il calo della pubblicità e della diffusione della carta stampata. I dollari digitali da soli sostengono ora la raccolta di notizie, un giorno che l'ex amministratore delegato mi disse non sarebbe mai arrivato. Il Washington Post ha un cavaliere bianco, Jeff Bezos, che ha investito milioni di dollari e ha riportato la redazione alle sue solide dimensioni.

Quindi, alla fine del libro, i due giornali storici di cui ho scritto, il New York Times e il Washington Post, prosperavano e le start-up digitali, BuzzFeed e Vice, producevano notizie di qualità. Ma con Facebook e Google che si stanno accaparrando la maggior parte della pubblicità digitale, il fronte finanziario è ancora aperto. C'è stato un forte consolidamento necessario per sopravvivere.

Poiché occuparsi di notizie è così costoso e non rappresenta una grande attrazione per gli annunci pubblicitari, sia Vice che BuzzFeed hanno tagliato le loro redazioni, il che è triste. La concorrenza rende i media più forti, proprio come ai tempi di Halberstam.

Ci sono spesso storie lanciate dalle testate emergenti che sarebbero state degne del New York Times e del Washington Post, come ad esempio l'inchiesta *Dalla Russia con il sangue*, di BuzzFeed, finalista al Pulitzer nel 2018 e in fase di realizzazione come documentario per Netflix. Oppure, ancora, i sei Emmy vinti da Vice per *Charlottesville*, quando per prima questa testata ha messo una giornalista a lavorare a tempo pieno sull'ascesa del nazionalismo bianco.

Tutto questo è avvenuto con una rapidità sorprendente. In qualità di direttore generale, avevo gestito la fusione delle parti cartacee e digitali della redazione del Times. Ma eravamo ancora indietro e, a dire il vero, la conditio sine qua non al Times era ancora portare la propria storia sulla prima pagina del giornale cartaceo. La nostra cultura era radicata nella carta e nell'inchiostro. Il rapporto sull'innovazione del New York Times del 2014 ci chiedeva di essere molto più veloci e di diventare digital first. Sono stata licenziata due settimane dopo la pubblicazione di questo rapporto.

Merchants of Truth è stata la mia versione, molto diversa, di un rapporto sull'innovazione, il racconto di un decennio durante il quale la rivoluzione digitale ha quasi spazzato via il New York Times e il Washington Post.

Donald Trump ha dichiarato di aver cancellato gli abbonamenti della Casa Bianca al New York Times e al Washington Post, e di non leggerli mai. Ma al tempo stesso c'è stato il Trump bump, cioè l'aumento degli abbonamenti digitali di entrambe le società dopo il novembre 2016. Sulle reti via cavo, la spinta di Trump è stata ancora più evidente. I conduttori di MSNBC e CNN e, naturalmente, di Fox, hanno registrato ascolti che non avrebbero mai immaginato. Steve Bannon, che ha gestito la campagna elettorale di Trump nel 2016 e ha fondato Breitbart, un sito di notizie conservatore, ha definito la stampa "il partito dell'opposizione".

Il mondo che Breitbart propone ogni giorno ai suoi lettori è molto diverso da quello del New York Times.

La Charleston Gazette nel West Virginia è andata in bancarotta dopo aver vinto un premio Pulitzer per le sue inchieste qualche anno fa. Ero presente quando i reporter sono venuti dal Texas e dal Minnesota per manifestare contro Alden Capital, un “vulture fund” che aveva acquistato i loro giornali.

Chatham Asset Management, un altro vulture fund, ha acquistato lo Star due anni fa. Chatham possiede altri giornali, ma posso assicurarvi che i suoi direttori non sono interessati alle notizie. Sono interessati agli enormi profitti che si possono ottenere con il finanziamento del debito. Il 25% dei giornali locali e regionali che esistevano quindici anni fa sono scomparsi.

Questo momento è terribile per la nostra democrazia. Come può funzionare il Paese quando così tante persone credono che le ultime elezioni siano state rubate, quando i membri del Congresso si bevono le teorie cospirative sui bambini rapiti e reclutati dalle associazioni di pedofili? Quando, come documenta Michiko Kakutani nel suo libro *The Death of Truth*, non riusciamo nemmeno a metterci d'accordo sui fatti, cosa succede alla nostra democrazia?

Non voglio chiudere con una nota negativa. Sono ottimista e so che quelle che io chiamo notizie di qualità - storie approfondite che si basano su una raccolta accurata di notizie e che sono redatte in modo da onorare l'intelligenza dei lettori - saranno sempre richieste. Il giornalismo di qualità si basa sul peso dei fatti riportati accuratamente, non sulle opinioni. Queste linee-guida non sono del tutto scomparse. Mi rincuora il fatto che al New York Times sia stato ordinato ai giornalisti di ridurre i contenuti dei loro post su Twitter, che erano diventati troppo supponenti. La fiducia nei media può essere ristabilita, ma non se i giornalisti sono visti come dei cialtroni di parte.

Ci sono molti segnali di speranza. I siti di notizie digitali locali stanno iniziando a riempire il vuoto creato da tanti giornali in disuso. La tecnologia ha reso disponibile un'incredibile copertura giornalistica in diretta realizzata dai cittadini sul campo. Sia il Times che il Washington Post hanno recentemente pubblicato importanti inchieste basate su questi cosiddetti filmati open source.

Esiste una nuova organizzazione chiamata News Guard che valuta l'accuratezza e l'affidabilità di centinaia di siti web di notizie, un po' come la vecchia garanzia di qualità del marchio Good Housekeeping. Le loro valutazioni, per quanto ne so, sono solide. Medium è una bacheca che contiene materiale giornalistico di grande qualità pubblicato direttamente da singoli giornalisti, senza l'intervento di redattori. Contiene materiale originale, a volte geniale. Alcuni giornalisti, come Andrew Sullivan, guadagnano più soldi con i loro abbonati su Medium che lavorando per un'azienda giornalistica. Ieri sono stati annunciati i premi Pulitzer. La qualità del lavoro premiato è in realtà migliore di quando ero direttore di un giornale.

C'è un bisogno umano di informazioni accurate e di storie ben raccontate. La democrazia dipende da questo.

Progetto

“Technology-Digital Literacy”

Promosso in collaborazione con



L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori realizza in collaborazione con TIM, per l'anno scolastico 2022-2023, la quarta edizione del progetto “Technology-Digital Literacy”.

Il progetto si rivolge alle scuole iscritte all'iniziativa “Il Quotidiano in Classe”, con l'obiettivo di unire il percorso già intrapreso di Media Literacy con la promozione di un percorso di alfabetizzazione tecnologica e digitale, rivolto agli insegnanti.

I tre fronti aperti sono analoghi a quelli presenti nel quadro più generale de “Il Quotidiano in Classe”: formazione dei formatori, lezioni in aula, ricerca. Sono presenti, quindi, gli articoli di giornale da cui partire per esercitare il proprio spirito critico e fare una riflessione più ampia ed articolata - con l'aiuto degli esperti - sulle quindici tematiche chiave individuate congiuntamente con TIM.

Le quindici lezioni di questa iniziativa hanno come obiettivo finale proprio questo: riportare l'attenzione sul processo di pensiero ed elaborazione necessari ad un approccio costruttivo del mondo digitale. Pensare prima di cliccare e condividere. Pensare per essere consapevoli di ciò che ci circonda, nel mondo reale come nel mondo virtuale. Pensare per decidere il nostro futuro e cogliere tutte le opportunità che il digitale ci offre.

La sfida di questa edizione è quella di promuovere un utilizzo consapevole della tecnologia. Grazie alla forza delle connessioni superiamo spazio e tempo, impariamo e cresciamo supportati dall'uso consapevole della rete. Per questo TIM ed Osservatorio collaborano nel mettere la propria esperienza e competenza a supporto delle scuole nell'approfondimento della Technology-Digital Literacy.

Iniziativa

Protocollo d'Intesa per la realizzazione di azioni a supporto dell'innovazione digitale nella scuola italiana

Promossa in collaborazione con

Ministero dell'Istruzione e Apple

L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori, in collaborazione con il Ministero dell'Istruzione ed Apple, ha siglato un Protocollo d'intesa per la realizzazione di attività destinate a rinforzare le competenze digitali dei docenti di ogni ordine e grado.

Il Protocollo, di durata triennale, intende promuovere iniziative per l'individuazione di soluzioni a supporto dei processi di innovazione didattica e pedagogica, sperimentare soluzioni tese a modificare i tradizionali ambienti di apprendimento, favorire la condivisione di informazioni e contenuti a supporto dei bisogni educativi dei docenti.

L'iniziativa prevede per l'anno scolastico 2022/2023 un ricco calendario di webinar ed eventi online con protagonisti formatori qualificati dell'Osservatorio, Apple Distinguished Educator e stimati giornalisti ed esperti che affiancheranno il percorso formativo degli insegnanti.

Parte IV

Le iniziative speciali e i concorsi

Anche per l'anno scolastico 2022/2023 arrivano in supporto di ragazzi e insegnanti le iniziative speciali ed i concorsi, due realtà che accompagnano da sempre la proposta centrale del progetto.

Le sfide lanciate dalle iniziative, e ancor più dai concorsi, sono un ulteriore allenamento alle tre literacies - ai media, finanziaria, digitale -, 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.

Le iniziative speciali saranno, come sempre, focalizzate sui temi e sugli argomenti chiave che contraddistinguono il nostro quotidiano, dall'informazione in ambito alimentare, alle competenze in ambito energetico ed ambientale, al giornalismo televisivo. Confermata una serie di iniziative focalizzate sulla disinformazione, uno degli aspetti fondamentali della Media Literacy, sulle fake news e molto altro ancora.

Per chi invece abbia voglia di essere ulteriormente stimolato e spinto al confronto (e quindi alla crescita collettiva), ecco il settore dei concorsi, tramite il quale i ragazzi potranno cimentarsi in “esercizi” di giornalismo, approfondire il tema dell’energia e della sostenibilità ambientale, dello sviluppo sostenibile e così via.

Le possibilità sono tante, nel tentativo di intercettare le curiosità di tutti, le necessità non solo degli studenti ma anche degli istituti e del loro territorio di riferimento, e al tempo stesso di creare momenti di incontro e verifica che consentano di allargare gli orizzonti del nostro quotidiano, di immaginare insieme un futuro, di pensare una comunità che sa confrontarsi e crescere, e che ha imparato a trasformare le difficoltà in ricchezza ed esperienza.

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 2022-2023, 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 le tecniche per parlare in modo efficace davanti ad un pubblico, 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 avendo un punto di vista scientifico ed 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 che sono 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 approcciare o 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.

Storie di ordinaria preoccupazione climatica

di Maria Vezzoli

Formatore OPPI, già docente di Scienze nelle scuole superiori di secondo grado

■ Prima storia

Estate 2022, 3 luglio. Un seracco del ghiacciaio della Marmolada (presso Canazei, provincia di Trento) crolla su un gruppo di escursionisti. 11 morti.

Il 3 luglio era stato raggiunto il record delle temperatura in vetta proprio nelle ore del crollo: la temperatura più alta di questa stagione, 10,3 gradi centigradi, è stata registrata alle ore 14. È esattamente qui, a 3.250 metri d'altezza, che si trovano le centraline meteo dell'Arpav, l'agenzia ambientale regionale. Intanto, la procura di Trento ha aperto un fascicolo sul crollo. Disastro colposo è il reato ipotizzato, al momento a carico di ignoti.

Dal sito di Legambiente (<https://www.legambiente.it/comunicati-stampa/incidente-ghiacciaio-marmolada/>): *“La montagna sta collassando e sta diventando sempre più fragile. Urgente mettere in campo politiche climatiche più ambiziose.”*

Che abbiamo trovato l'ignoto colpevole denunciato?

“La temperatura media del Pianeta è aumentata di 0,98 gradi centigradi e la tendenza osservata dal 2000 ad oggi fa prevedere un aumento, che in mancanza di interventi, potrebbe arrivare a +1,5% tra il 2020 e il 2050”. Per tornare alla notizia del 3 luglio, segnaliamo che il ghiacciaio della Marmolada tra il 1905 e il 2010 ha perso più dell'85% del suo volume.

Il report “Climate Change 2022: Impatti, adattamento e vulnerabilità” dell'IPCC elenca in estrema sintesi le principali conseguenze

Ondate di calore: se il riscaldamento globale dovesse aumentare aumenterebbe il numero di decessi e persone a rischio per stress di calore

Rischi per la produzione agricola: perdite sostanziali per la produzione agricola.

Scarsità di risorse idriche: se si dovesse arrivare a un innalzamento di temperatura di 3 gradi centigradi il rischio di scarsità di risorse idriche diventerebbe di straordinaria importanza.

Maggiore frequenza e intensità di inondazioni: a causa dei cambiamenti nelle precipitazioni e l'innalzamento del livello del mare, aumenterebbero i rischi per le popolazioni e le infrastrutture costiere.

■ Seconda storia

La mia. Estate 2022. Ho un bel giardino, tenuto a prato, in un'amena località a 1000 metri, in zona prealpina. Quest'anno il prato, prima piano e poi in fretta, si dissecca. Le cornacchie planano, sollevano pezzetti di tappeto erboso che sembra bruciato e ficcano il becco nel terreno riarso. Ne tirano fuori qualcosa: grosse larve biancastre. Certo, larve di maggiolino (*Melolontha*). Provo a vangare: larve a miriadi! Loro e la siccità insieme hanno trasformato il mio prato in una landa desolata che scricchiola sotto i piedi! Problema mio? Macché, ettari interi di prati

prealpini e alpini sono in queste condizioni. Allarme per pastorizia e allevamento. Le mandrie e i greggi calpestano polvere. Un inverno caldo e asciutto in maniera abnorme ha predisposto tutto, altro che colpevole ignoto... L'erba si è seccata e per di più miliardi di uova di maggiolino (nel milanese addirittura un maggiolino di importazione, la Popilia) non hanno subito selezione e si sono schiuse. Un flagello per prati, colture, parchi e giardini. Un messaggio per dire che il riscaldamento globale ci riguarda tutti, dalle grandi attività economiche al giardino di casa.

■ Cambiamenti climatici

Effetto serra e cambiamenti climatici

La Terra riceve dal Sole energia radiante (cioè trasportata dalla radiazione elettromagnetica) composta per circa metà da luce visibile, da una piccola parte di ultravioletto e per il resto da infrarosso. Una parte di questa energia viene immediatamente riflessa verso lo spazio, mentre il resto viene assorbito dalla superficie terrestre e dall'atmosfera e riemessa sotto forma di radiazione infrarossa (calore). L'atmosfera, costituita prevalentemente da azoto e ossigeno, trasparenti alla radiazione termica infrarossa, lascia sfuggire verso lo spazio tali radiazioni. Esistono, però, alcuni gas, chiamati gas serra, che assorbono la radiazione termica e ne impediscono la dispersione causando il riscaldamento dell'atmosfera. Questo fenomeno fisico naturale, chiamato effetto serra, è importantissimo per la vita sulla Terra, perché consente alla superficie terrestre di avere una temperatura media di 14°C anziché i -18°C che si avrebbero in assenza di atmosfera e di gas serra.

L'effetto serra, quindi, di per sé, è un fenomeno naturale che rappresenta una condizione sine qua non per la vita sulla Terra.

Negli ultimi decenni le attività antropiche, in particolare la combustione di fonti energetiche fossili e il disboscamento delle foreste tropicali, hanno provocato un aumento sempre più rapido della concentrazione dei gas serra nell'atmosfera (in particolare l'anidride carbonica, il metano, il protossido di azoto e i clorofluorocarburi), causando l'inasprimento dell'effetto serra, e in definitiva, contribuendo all'aumento della temperatura media globale.

L'aumento della temperatura media globale costituisce la causa principale dei cambiamenti climatici, le cui misure di contenimento sono oramai al centro delle principali strategie politiche europee¹.

Le attività antropiche che principalmente contribuiscono alla concentrazione di gas a effetto serra sono:

- la produzione di energia attraverso la combustione di fonti fossili, quali carbone e petrolio, o gas, quali il gpl o il metano; i cambiamenti di uso del suolo

1 Si sta facendo, qua, esplicito riferimento alla strategia di crescita "European Green Deal" (COM (2019) 640 finale) e al Next Generation EU, il Piano di finanziamento dei Paesi membri volto ad accompagnare gli stati, sia nell'uscita dal Covid, sia nella loro transizione ecologica.

e la deforestazione;

- la zootecnia, l'agricoltura (soprattutto risaie) e le discariche, responsabili in particolare della produzione di metano;
- alcuni processi industriali e di nuovo l'agricoltura (per l'utilizzo di fertilizzanti azotati), che producono protossido di azoto.

Esistono inoltre alcuni gas serra, quali i clorofluorocarburi, prodotti artificialmente dall'uomo, impiegati come refrigeranti, propellenti nelle bombolette spray ed estinguenti negli impianti antincendio. La loro produzione si è drasticamente ridotta grazie all'applicazione del Protocollo di Montreal, l'accordo internazionale che nel 1987 ne ha proibito l'utilizzo, ma anche i loro sostituti (idrofluorocarburi e perfluorocarburi) sono comunque gas serra.

Secondo il report "Climate Change 2021: The Physical Science Basis", pubblicato dall'IPCC² nell'agosto 2021, la temperatura superficiale media globale nel decennio 2011-2020 è stata più alta di 1,09°C rispetto al periodo 1850-1900. Se questo andamento di crescita dovesse continuare immutato nei prossimi anni, il riscaldamento globale prodotto dall'uomo raggiungerebbe +1,5°C intorno al 2040 (IPCC, 2018). Il XIII rapporto del Sistema Nazionale per la Protezione dell'Ambiente "Gli indicatori del clima in Italia" registra per il nostro paese il 2017 come il nono anno più caldo dall'inizio delle osservazioni, con un'anomalia media rispetto al trentennio 1961-1990 di +1.30°C³.

Gli impatti dei cambiamenti climatici

Più nello specifico, il cambiamento climatico si manifesta attraverso un'alterazione delle variabili climatiche medie ed estreme. Per quanto concerne le prime, come detto si registra un aumento delle temperature medie nelle diverse stagioni, mentre per quanto riguarda le precipitazioni, è previsto un aumento soprattutto nell'emisfero Nord (medie e alte altitudini)⁴; diversamente, nelle regioni tropicali e subtropicali è prevista una diminuzione delle piogge. Per quanto riguarda le variabili climatiche estreme, invece, si registra un aumento nella frequenza e

2 L'Intergovernmental Panel on Climate Change è il principale organo intergovernativo a cui aderiscono tutti i Paesi membri dell'UNEP e della WMO (World Meteorological Organization) per la valutazione dei cambiamenti climatici. Svolge attività di analisi e di conseguente produzione di rapporti sulle conoscenze scientifiche più aggiornate e significative nell'ambito del cambiamento climatico.

3 Spesso si confondono meteo e clima. Ad es., può succedere di sentire frasi simili a questa: 'dicono che a causa dei cambiamenti climatici la temperatura media del globo terrestre si sia alzata e che le precipitazioni si stiano riducendo, ma in realtà sono due giorni che nevicata!' Ecco: questa è un'affermazione che tradisce la diffusa confusione esistente tra meteo e clima. Il meteo, infatti, è dato dall'insieme di eventi atmosferici che si verificano in un luogo in un breve periodo di tempo (es. un giorno), mentre il clima è dato dall'insieme dei fenomeni atmosferici che si ripetono in un luogo per un lungo periodo di tempo (secondo l'Organizzazione Meteorologica Mondiale, almeno 30 anni).

4 Si noti: anche se le precipitazioni nell'emisfero Nord del Mondo stanno aumentando, l'aumento della temperatura media del Pianeta impedisce le nevicate e provoca il discioglimento dei ghiacciai.

nell'intensità di lunghi periodi di siccità, improvvise piogge eccezionali, alluvioni, ondate di caldo e di freddo eccessivi; inoltre, i cicloni tropicali potrebbero essere potenziati dall'aumento delle piogge violente, dei venti e del livello del mare.

Gli impatti dei cambiamenti climatici sono definiti dall'IPCC (2014) "gli effetti osservati o previsti dei cambiamenti climatici sui sistemi naturali ed umani": interessano direttamente la vita, i mezzi di sussistenza, il benessere, il tempo libero, la sicurezza e la salute, gli ecosistemi, le attività economiche, la società, i servizi e le infrastrutture (ISPRA, 2018).

Si pensi, ad esempio, alla diminuzione dei ghiacciai e delle nevi perenni. Nove ghiacciai su dieci nel mondo si stanno fondendo ed è probabile che entro il 2050 il 75% di quelli svizzeri scompaia. Ciò comporta problemi sia dal punto di vista degli equilibri ecosistemici (ad es., si alterano le catene alimentari, con specie viventi che finiscono per cambiare l'altitudine a cui vivono), ma anche da un punto di vista economico e sociale: a partire dalla sommersione di molte terre abitate (ad es. le isole Maldive), per continuare con l'inevitabile crisi dei territori che basano la propria economia sul turismo invernale.

In altre zone del mondo, invece, come detto, si verificherà un aumento del rischio di desertificazione. Ciò è già evidente, purtroppo, in alcuni luoghi, come nell'Africa Centro-settentrionale, dove il Lago Ciad negli ultimi anni sessant'anni si è ridotto del 90%, passando - nella stagione delle piogge - dal coprire una superficie di 25.000 km² agli attuali 1.540 km².

A ciò, come sappiamo, si lega l'attualissima emergenza umanitaria delle migrazioni climatiche: secondo il report Global Trends dell'UNHCR, nel 2020, 82,4 milioni di persone (di cui il 42% sono minori) sono state costrette a migrare, numero quasi raddoppiato rispetto a quello riportato per il 2010 (poco meno di 40 milioni), e aumentato del 16,4% anche solo rispetto al 2018 (70,8 milioni nel 2018)⁵. È chiaro come ciò rappresenti non solo una tragedia per le persone costrette a emigrare, ma anche un enorme problema per i Paesi ospitanti che devono rivedere il proprio assetto socio-economico in modo da garantire a queste nuove popolazioni una degna integrazione.

Tornando agli impatti sui mari e sugli oceani, sebbene gli effetti sulla totalità degli oceani non siano ancora del tutto chiari, tuttavia i principali enti di ricerca sul tema (dall'IPCC all'Agenzia Europea per l'ambiente) stanno già rilevando un mutamento della composizione chimica - acidificazione - e un innalzamento delle temperature, la qual cosa comporta quantomeno un'alterazione dell'ecosistema marino (si pensi all'invasione di meduse che si registra da qualche anno nei mari costieri italiani). Come si accennava più sopra, un altro fenomeno particolarmente preoccupante è quello della crescita del livello del mare: negli ultimi 100 anni il livello del mare è aumentato di 10-25 cm e sembra che possa aumentare di altri 88 cm entro il 2100. Almeno 70 milioni di abitanti della zona costiera in Europa sarebbero a rischio (con - ahimè - la nostra città di Venezia in primis).

5 Global Trends: Forced Displacement in 2020, UN High Commissioner for Refugees (UNHCR), 2021.

Più in generale, al di là dell'ambiente marino, si sta registrando un'enorme perdita di biodiversità anche in ambiente terrestre; gli studiosi, infatti, hanno stabilito che gli ecosistemi sono in grado di adattarsi a cambiamenti pari a 1°C in un secolo. Si stima che la popolazione mondiale di specie selvatiche sia diminuita del 60 % negli ultimi 40 anni⁶; tra gli animali più a rischio troviamo gli orsi polari, le foche, i trichechi e i pinguini. Ma la perdita di biodiversità non rappresenta un pericolo solamente per gli animali e le specie naturali, ma anche per tutti noi: gli ecosistemi svolgono delle funzioni che sono necessarie per la nostra sopravvivenza⁷, ed è stato stimato che la metà del GDP mondiale dipende da direttamente dalla natura⁸. I cambiamenti climatici, infine, facilitano la diffusione di specie aliene che a loro volta contribuiscono alla perdita di biodiversità. A ciò possono essere collegate cospicue perdite economiche (si pensi, ad es., ai danni provocati dalla mosca olearia alla produzione di olio), ma anche problemi sanitari connessi alla diffusione di malattie, comprese quelle tropicali come la malaria e la dengue (le zanzare che portano queste malattie si stanno spostando verso nord, dove la temperatura è in aumento). Inoltre, l'aumento di temperatura favorisce l'inquinamento biologico delle acque, facendo proliferare organismi infestanti. Infine, last but not least, piogge eccessive e caldo intenso causano problemi alla produzione alimentare, mettendo a rischio le colture, e provocando carestie e malnutrizione. La FAO sostiene che ci sarà una perdita di circa 11% di terreni coltivabili nei Paesi in via di sviluppo entro il 2080, con riduzione della produzione di cereali e conseguente aumento della fame nel mondo.

Politiche e misure di contrasto ai cambiamenti climatici

Dato che i cambiamenti climatici rappresentano un problema globale, che si manifesta ben al di là del luogo in cui si trovano le fonti emmissive, a livello politico ci si è resi conto della necessità di giungere ad azioni internazionali congiunte. La Convenzione Quadro delle Nazioni Unite sui Cambiamenti Climatici⁹ (UNFCCC), rappresenta il principale trattato ambientale internazionale in materia di cambiamenti climatici e prevede una riunione annuale di tutti i Paesi che l'hanno ratificata (riunioni note come COPs - Conference of Parties); l'ultima di queste si è tenuta a ottobre scorso a Glasgow (UK), con risultati ancora controversi su

6 https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/env-20-002_factsheet1-vbo-en-b.pdf (ultima consultazione: 7-3-22).

7 I servizi ecosistemici si dividono generalmente in: servizi di approvvigionamento (produzione di cibo, acqua, materiali), servizi di regolazione (regolazione del clima, purificazione dell'aria e delle acque, impollinazione, protezione da infestazioni) e servizi culturali (benefici estetici del paesaggio, opportunità di esperienze ricreative, mantenimento della salute umana).

8 https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/env-20-002_factsheet1-vbo-en-b.pdf (ultima consultazione: 7-3-22).

9 Unfccc.int.

alcuni aspetti¹⁰. Storicamente, le principali difficoltà legate al raggiungimento di obiettivi vincolanti per le nazioni e quindi di risultati davvero efficaci nell'ambito di tali accordi sono rappresentate dalla diversa posizione tenuta, da una parte, dai Paesi economicamente più avanzati, disposti a implementare politiche di riduzione delle emissioni ambiziose, e dall'altra dai cosiddetti Paesi in via di sviluppo, che reclamano, in virtù di un minore contributo ai cambiamenti climatici, uno sforzo minore nel conseguimento degli obiettivi climatici internazionali, rivendicando il proprio diritto a raggiungere un maggiore livello di sviluppo.

Al di là degli Accordi in ambito Nazioni Unite, sono moltissime le iniziative di collaborazione internazionale nate spontaneamente tra regioni, città, organizzazioni no profit (si pensi, ad es., alla rete C40¹¹ o, in Europa, al Patto dei Sindaci¹²). Da un punto di vista più pratico, si ritiene che il cambiamento climatico possa essere combattuto principalmente con due diverse strategie: la mitigazione e l'adattamento. Con mitigazione si fa riferimento alle misure che hanno l'obiettivo di ridurre le fonti (sources) di emissione, o rafforzare/potenziare le fonti di assorbimento (sinks) dei gas serra prodotti dall'attività dell'uomo, fino al raggiungimento di livelli di emissioni sostenibili. Da qui, ad esempio, la forte spinta che stiamo vivendo in questi giorni alla sostituzione delle fonti fossili con quelle rinnovabili (ad es. nella produzione di energia elettrica), o alla sostituzione delle auto tradizionali con quelle elettriche; si pensi anche alle grandi iniziative di riforestazione urbana che ultimamente caratterizzano le nostre città, come misure per incrementare l'assorbimento di emissioni GHG a livello locale.

Ricordiamo a questo proposito il variegato e ricco piano strategico messo a punto da ENI per far fronte al cambiamento climatico. Le caratteristiche si possono trovare al sito <https://www.eni.com/it-IT/net-zero/strategia-cambiamenti-climatici.html>. Il termine net-zero contenuto nell'indirizzo si riferisce all'obiettivo di raggiungere "emissioni nette zero" di gas serra, allo scopo di contenere il riscaldamento climatico globale, in linea con il target dell'Accordo di Parigi, che intende limitare il riscaldamento globale a +1,5°C entro la fine secolo. A questo proposito non possiamo non segnalare che nel luglio del 2022

<https://www.eni.com/it-IT/media/comunicati-stampa/2022/07/eni-premiata-da-energy-intelligence-energy-innovation-award.html> Eni è stata premiata con l'Energy Innovation Award di Energy Intelligence, a riconoscimento delle strategie messe in atto per la realizzazione della transizione energetica e dell'accelerazione negli investimenti a basse emissioni di carbonio. Il premio sarà consegnato all'Amministratore delegato di Eni, Claudio Descalzi, a Londra durante il 2022 Energy Intelligence Forum, che si terrà dal 4 al 6 ottobre.

Eni si è classificata al primo posto in termini di obiettivi di riduzione delle emissioni, resilienza del portafoglio e trasformazione del proprio modello di business, e ha costantemente ottenuto un punteggio tra i primi 3 nel Transition Strategy In-

10 Fra l'altro, sul dibattito in corso si può vedere: <https://www.ispionline.it/it/publicazione/cop26-il-bilancio-degli-accordi-di-glasgow-32339>.

11 <http://www.c40.org>.

12 <http://eumayors.eu>.

dex. In termini di investimenti a basse emissioni di carbonio, inoltre, la società ha intensificato significativamente le proprie attività per il 2020-21.

Tuttavia, secondo dati scientifici, anche se le emissioni di gas serra, di aerosol e la deforestazione venissero ridotte significativamente nei prossimi decenni, tramite l'attuazione di politiche di mitigazione, gli impatti del cambiamento climatico resteranno elevati per diversi decenni a causa dell'inerzia del sistema climatico. Per tale motivo negli ultimi anni si pone sempre maggiore attenzione alle strategie di adattamento.

Le misure di adattamento hanno l'obiettivo di prevenire o limitare gli effetti negativi del cambiamento climatico e, se possibile, di sfruttare le opportunità derivanti da esso.

Generalmente si distingue tra interventi grey (soluzioni tecnologiche), green (in base ad approcci ecosistemici), e soft (approcci manageriali, amministrativi, di politica tecnica e orientati al mercato) (EEA, 2017). Tra le prime, ad es., ricordiamo la costruzione di dighe mobili contro l'innalzamento del mare; tra le seconde, la piantumazione di alberi dalle ampie fronde in città per aumentare le zone ombreggiate, la disponibilità di fontanelle pubbliche, i rain garden (giardini che appunto hanno la funzione di assorbire l'acqua in eccesso quando piove molto). Tra gli ultimi si può portare ad esempio la modifica degli orari di apertura degli uffici pubblici in modo da evitare le ore più calde.

■ Proposta di attività in classe

Come siamo, cosa sappiamo e pensiamo.

Certamente i ragazzi hanno già un mare di idee sul tema: facciamole emergere con modalità didattiche di vario genere. Un classico brain storming, una conversazione aperta, un debate (ma anche un dibattito). Una raccolta biografica/autobiografica... Usare evidenze scientifiche alla portata di tutti, fare riferimento alla quotidianità. Emergerà di tutto, informazioni corrette ma anche pseudo informazioni strampalate, dal negazionismo all'allarmismo apocalittico. Non è insolito peraltro avere la piacevole sorpresa di scoprire molti ragazzi ben informati e capaci di farsi capire dai compagni meglio di noi insegnanti! È una fase delicata ma molto formativa: si impara ad ascoltare, a rispettare gli altri e i loro pensieri, anche se sono molto lontani dai nostri, anche se ci sembrano assurdi e "sbagliati".

Si impara a argomentare e a documentare quel che si afferma, a cercare e mostrare le fonti delle proprie conoscenze e a vagliarle. Dalla condivisione emergeranno saperi importanti, riferimenti fondamentali alle discipline di studio e un piccolo ma prezioso gruzzolo di saperi oltre che indicazioni per cercare e vagliare nuove informazioni. E alla lunga tutto ciò servirà ai ragazzi e anche agli insegnanti per formarsi una cultura critica e documentabile, e quindi a fare scelte comportamentali personali e sociali quanto meno responsabili.

*Studiamo riflettiamo. Il passo successivo sarà la sistematizzazione di quanto emerso e la ricerca di nuove informazioni. Troveremo conferme, superamento di preconcetti, aggiunta di dati importanti. Un lavoro multidisciplinare che dà grandi possibilità formative e informative insieme. Un lavoro che spesso aiuta a rispondere alla frequente domanda da parte degli studenti sull'utilità delle materie scolastiche e dei loro imprescindibili contenuti.

*Agiamo. Analizziamo che cosa facciamo noi a casa nostra - sì, nel nostro piccolo - per collaborare ad arginare gli effetti negativi del cambiamento climatico e decidiamo un piano d'azione per migliorare. Proviamo ad agire nelle minute cose quotidiane: riscaldamento, uso dell'acqua, gestione dei rifiuti, abitudini e sprechi alimentari... Raccontiamoci che cosa facciamo, e condividiamo azioni virtuose. Ciascuna di queste ha un valore. Riportiamo il discorso nelle collettività di cui facciamo parte: scuola, oratorio, associazioni etc.

*Comunichiamo e condividiamo. È importante che il lavoro di apprendimento e di scelta comportamentale venga raccontato. Il racconto serve a fissare il percorso fatto e a pensare e organizzare il "come andare avanti". La narrazione impedisce la fossilizzazione ma porta a un uso proficuo del passato per vivere il presente e pensarsi in un futuro, cosa fondamentale per i giovani e non solo per loro. Una mostra, un video, un libro, un leporello, una rappresentazione teatrale... non c'è che l'imbarazzo della scelta per "portare fuori" e far conoscere il proprio lavoro. Un regalo di sapere e riflessione per gli altri e per noi, e anche una giusta soddisfazione per chi ha lavorato.

Bioeconomia: qualche definizione per capire

di Maria Vezzoli

Formatore OPPI, già docente di Scienze nelle scuole superiori di secondo grado

Ma che cosa è questa bioeconomy, o, meglio, bioeconomia, visto che se ne parla tanto e che più di 50 Paesi al mondo, Italia compresa, l'hanno messa al centro delle proprie strategie di crescita? Non facciamone una parola magica, ma aiutiamoci con qualche definizione importante e condivisa. In USA per esempio - troviamo nel sito governativo della Casa Bianca, nei documenti stilati durante la presidenza Obama - è definita come una “economia basata sull’uso della ricerca e dell’innovazione nelle scienze biologiche per creare attività economica a beneficio pubblico”. Tale definizione è tuttora adottata in USA.

Una definizione abbastanza conosciuta, messa a punto da due ricercatori svedesi molto seguiti, Kes McCormick e Niina Kautto, della Lund University, la descrive come “un’economia in cui gli elementi di base per materiali, prodotti chimici ed energia derivano da fonti biologiche rinnovabili”.

Gli organismi dell’Unione Europea hanno messo a punto definizioni anche più dettagliate: l’OECD (Organization for Economic Co-operation and Development) ci dice che la bioeconomia è l’insieme “delle attività economiche relative all’invenzione, sviluppo, produzione e utilizzo di processi e prodotti biologici” mentre la commissione Europea la definisce “la produzione di risorse biologiche rinnovabili e la conversione di queste risorse e flussi di rifiuti in prodotti a valore aggiunto, come alimenti, mangimi, prodotti a base biologica e bioenergia”.

Se la definizione della Commissione Europea ci appare la più “ricca”, non possiamo non cogliere che il nucleo di tutte queste definizioni l’utilizzo di materiali biologici per creare prodotti, i cosiddetti bioprodotto, e anche generare energia. È evidente quindi quanto il concetto di bioeconomia sia strettamente legato, ma non sovrapponibile, a quello di economia circolare. Incentivare l’impiego di scarti agricoli e sottoprodotti della produzione alimentare diventa così leva per la creazione di prodotti a maggiore valore aggiunto, evitando il conflitto potenziale con la produzione di cibo.

La bioeconomia d’altra parte è decisamente circolare, fondata sostanzialmente sul ciclo del carbonio, che le piante e gli altri organismi fotosintetici catturano dall’atmosfera, immettendolo nei sistemi biologici.

Il concetto di bioeconomia è a volte confuso con quello di biobased economy.

Il concetto di bioeconomia è molto più ampio, comprende tutte le aree e i settori coinvolti nella produzione e nell’impiego di risorse biologiche, mentre la cosiddetta biobased economy riguarda solo l’uso non alimentare delle medesime risorse.

Concludiamo questa carrellata con una breve sintesi dal sito Eni:

“Si chiama bioeconomia e comprende le attività che sfruttano in maniera intelligente le risorse di origine biologica, secondo un’impostazione circolare sempre più avanzata

che permette di non sprecare e incrementare il valore delle attività produttive”¹.

La bioeconomia interessa quindi vastissimi settori: agricoltura, allevamento, silvicoltura, industrie alimentari, materie plastiche, industria farmaceutica, industria del legno e della carta, industrie biotecnologiche, acquacoltura, silvicoltura, pesca, gestione dei rifiuti, produzione di energia.

Dal già citato sito Eni ricaviamo anche informazioni sull'importanza della bioeconomia in Italia a confronto con gli altri Paesi europei: “ In valore assoluto, ci collochiamo al terzo posto, dopo Germania (oltre 400 miliardi) e Francia (quasi 360 miliardi), ma in rapporto relativo su bioeconomia e totale delle economie europee, l'Italia si colloca al primo posto, a pari merito con la Spagna e molto in avanti rispetto a Germania e Regno Unito.”

■ Documentarsi per lavorare con i ragazzi

La lunga premessa e l'overdose di definizioni ci aiutano, per così dire, a fare il punto. La scuola non può certo ignorare il concetto di bioeconomia e può proficuamente farne uso nell'insegnamento di pressoché tutte le discipline in un'ottica di formatività. Troppo spesso ancor oggi i ragazzi si chiedono il senso di studiare le materie scolastiche: a cosa mi serve la chimica, la fisica, la storia...

Gli insegnanti sanno che le discipline sono modi di guardare il mondo, nascono come tentativi di rispondere a intere “famiglie” di problemi e domande dell'umanità. Ebbene, ogni disciplina, e tra le prime chimica e biologia, ma anche fisica, matematica, storia, geografia etc.

Per capire il senso della forte spinta verso la bioeconomia servono proprio informazioni importanti, approfondite e capite, per conoscere i cicli biochimici naturali, il funzionamento degli organismi viventi e degli ecosistemi. Conoscere la geografia e la natura/struttura del nostro pianeta e dell'universo di cui fa parte. Conoscere i principi base della termodinamica: è proprio da una riflessione sulla natura del pianeta Terra, termodinamicamente chiuso, che nasce il concetto di limite biofisico della crescita. E anche conoscere la storia dell'umanità, dell'evoluzione sociale e tecnologica e via di questo passo. Solo così si potrà capire il senso dell'auspicato passaggio dall'economia fossile alla bioeconomia.

Documentazione si può trovare nel già citato sito ENI, <https://www.eni.com/it-IT/economia-circolare/bioeconomia-italiana.htm> cui aggiungiamo un interessante esempio: <https://www.eni.com/it-IT/media/news/2017/05/eni-la-raffineria-di-gela-rappresenta-un-modello-di-bioeconomia.html>

Aggiungiamo alcuni link e indicazioni bibliografiche utili per approfondire l'argomento:

- un interessante documento della regione Lazio “A scuola di futuro con la Bioeconomia”. https://www.lazioinnova.it/app/uploads/2021/12/Startup-per-Tra-i-Banchi-di-scuola_Bioeconomia.pdf;

1 <https://www.eni.com/it-IT/economia-circolare/bioeconomia-italiana.htm>

- un importante documento governativo ricco di informazioni che spiega e propone la bioeconomia come modalità di ripresa in seguito alla pandemia Covid-19. https://cnbbsv.palazzochigi.it/media/2019/bioeconomiacircolare_ripresapase_cnbbsv-flg.pdf;
- un documento sintetico sulla bioeconomia come nuovo modello di sviluppo di Donato Romano, dell'Università di Firenze. <https://agriregionieuropa.univpm.it/it/content/article/31/32/la-bioeconomia-un-nuovo-modello-di-sviluppo>,
- un testo (si trova anche in e-book) molto esauriente: Mario Bonacorso, Irene Ruiz “Che cosa è la bioeconomia”, Edizioni Ambiente SrL, 2019

■ Con i ragazzi

Uno studio in ambito territoriale

Siamo stati molto sulle generali, ma che cosa possiamo fare in pratica? Il concetto di bioeconomia ha una forte valenza globale e insieme territoriale. Promuoviamo uno studio/ricerca in ambito territoriale su (solo qualche domanda-esempio):

- Che cosa si fa per sfruttare i rifiuti?
- Vi sono aziende di biocompostaggio?
- Vi sono aziende o anche piccole imprese che producono bioprodotto? Quali?
- Vi sono attività di ripristino delle aree biodegradate?
- Che cosa si fa per sensibilizzare i cittadini ai problemi legati all'eccesso di rifiuti non riutilizzati, dello spreco alimentare, del consumo di suolo?

Sarà necessario accompagnare sia il lavoro di documentazione e quello di ricerca sul campo con una mappa, un glossario. Le parole che emergeranno sono tantissime, nuove e vecchie: scriviamole e memorizziamole in un file. Ma scriviamole anche a mano, con il pennarello, su un grande tabellone: una modalità vecchiotta ma sempre efficace ai fini dell'apprendimento e della memorizzazione. Un elenco, una mappa, entrambi: sono indispensabili!

■ Concludendo

Si dice che la natura sia insieme sprecona ed economa: riflettiamo su questo doppio volto del mondo naturale. La natura produce tanto e ricicla. Bastano pochi e semplici esempi. Insetti e pesci fanno miliardi di uova che verranno mangiate da altri organismi. Se dalle uova nascono miliardi di larve, anche esse serviranno in buona parte a nutrire altri animali. Un numero infinito di decompositori ricicla ogni genere di rifiuto organico: copiamo questa capacità della natura di non “buttare via niente” ma di riutilizzare tutto... non arriveremo a tanto, ma almeno proviamoci.

Vivere bene entro il nostro limite è la sfida del nostro secolo.

Iniziativa speciale

Educazione alla conoscenza del giornalismo televisivo 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 2022-2023, la decima 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 nuova tipologia di lezione in grado di mettere a confronto l'informazione cartacea e quella televisiva, in particolare attraverso le testate giornalistiche locali.

Gli alunni sono infatti invitati a seguire la sera il telegiornale regionale 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, grazie anche alla presenza capillare delle redazioni giornalistiche locali della Rai sul territorio.

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

Giunta ormai al decimo anno di collaborazione, la partnership tra Rai e l'Osservatorio Permanente Giovani-Editori consente a docenti e studenti che aderiscono al progetto "Il Quotidiano di Classe" di confrontarsi 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 che non può prescindere dallo sviluppo delle competenze trasversali, cioè sapere, saper fare, sapere come fare e saper essere e saper vivere insieme agli altri.

Per formare i cittadini del futuro e promuovere una forma di società sostenibile e inclusiva è necessario dare modo ai giovani di esprimersi, sperimentare e valorizzare quello che sono in grado di fare, così potranno dare il loro apporto costruttivo alla civiltà e alla cultura.

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 complessi, ed è il risultato di una dialettica multidimensionale"* e *"produce la gioia della scoperta"*¹.

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"*², intendendo i media *"non solo come strumenti, ma come linguaggio e cultura"*.

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.

Freire, nel suo saggio "La pedagogia degli oppressi"³, sosteneva che la liberazione passa attraverso la presa di coscienza e l'educazione problematizzante, intesa come dialogo. Il suo metodo di alfabetizzazione è caratterizzato dal dialogo sui temi generatori, che una volta individuati vengono implementati, codificati, decodificati e interpretati. In questo processo egli utilizzava i disegni per rappresentare i temi generatori e costruire nell'azione dialogica l'apprendimento, basato, perciò, sulla

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

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

3 *La pedagogia degli oppressi*, Milano, Mondadori, Autore: Paulo Freire, 1^a ed. originale: 1970, prima edizione in italiano: 1971, Titolo originale: *Pedagogia do oprimido*, Lingua originale: portoghese.

collaborazione con chi apprende, distribuzione di informazioni, unità e organizzazione.

La codifica e decodifica attraverso le immagini permette, infatti, 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.

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"⁴.

Parità di genere, linguaggio inclusivo e attuale, coesione sociale, attenzione alla diversità, racconto dello sport paralimpico, informazione in prima linea anche e soprattutto in situazioni di emergenza: questi sono alcuni dei punti di forza in cui il Servizio Pubblico è stato costantemente impegnato negli ultimi anni e orienta i progetti futuri. Questi temi sono oggetto delle cinque schede didattiche su cui studenti e docenti svilupperanno percorsi formativi di analisi del linguaggio radiotelevisivo.

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 di stimolare ulteriori domande, ampliare i punti di vista sulla base di un approccio interdisciplinare e trovare nuovi significati.

La centralità del ruolo della donna e l'attenzione alla parità di genere sono il focus della scheda didattica "*Donne: valore del Paese. L'impegno del Servizio Pubblico per la parità di genere*", che illustra l'impegno attivo del Servizio Pubblico nel racconto quotidiano della programmazione, veicolando una rappresentazione plurale e non stereotipata della realtà femminile, volta a illustrare la varietà dei ruoli assunti dalle donne nella società contemporanea e in specifico contrasto alla violenza di genere e le azioni concrete con cui la parità di genere è promossa attivamente in Azienda.

Con l'obiettivo di contribuire alla crescita sociale, economica e ambientale del Paese, la Rai ha previsto e continua a prevedere numerose misure per la parità di genere e per la valorizzazione del ruolo femminile all'interno dell'Azienda, attraverso nuove politiche di assunzione e con l'istituzione, ad esempio, di un tavolo tecnico per il superamento del gender gap in Rai, per accrescere la valorizzazione delle competenze femminili e contrastare gli stereotipi di genere.

4 Ripensare l'educazione verso un bene comune globale? <https://www.sustainable-development-school.it/wp-content/uploads/2019/07/ripensare-leducazione-unesco.pdf>
Il documento è stato fonte di altre osservazioni.

Ogni anno, la Direzione Marketing della Rai, in collaborazione con CARES - Osservatorio di Pavia, conduce analisi di monitoraggio della figura femminile all'interno dell'offerta multiplatforma Rai, per verificare la rappresentazione non stereotipata del ruolo della donna e della figura femminile, il rispetto della parità di genere nella programmazione complessiva e promuovere i principi di non discriminazione e della parità tra gli uomini e le donne.

“Il ruolo dell'informazione in tempo di guerra” è la scheda che mette in luce una delle principali vocazioni del Servizio Pubblico, rappresentata dalle testate giornalistiche Rai: informare, aggiornare, divulgare - anche e soprattutto in situazioni emergenziali, come nel caso della guerra in Ucraina - con dirette, edizioni speciali, corrispondenze degli inviati sul fronte e dalle capitali mondiali, per fornire ai telespettatori costanti aggiornamenti sugli sviluppi della situazione.

Informazione in prima linea, ma non solo: il valore della parola e l'importanza del linguaggio sono per il Servizio Pubblico elementi fondanti di ciascuna iniziativa che promuove e trasmette attraverso tutti i mezzi.

La scheda “Il valore della parola - Non solo informazione. Il linguaggio nei programmi Rai” pone attenzione al valore della parola nel dialogo quotidiano della Rai con milioni di spettatrici e spettatori.

La declinazione del linguaggio nell'offerta televisiva, radiofonica, multimediale è al contempo una grande sfida e una grande responsabilità per il Servizio Pubblico, che si fa portavoce di una rappresentazione della società promuovendo la formazione di una cultura della legalità e delle pari opportunità, il rispetto della persona e il contrasto a ogni forma di violenza scegliendo un linguaggio di imparzialità, indipendenza e pluralismo, contrastando il linguaggio d'odio attraverso la diffusione e la pratica attiva di una comunicazione non ostile, promuovendo sempre più il linguaggio come strumento di semplificazione e accessibilità.

Il valore della parola è una sfida stimolante che permette al Servizio Pubblico di innovare, 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.

Il racconto dello sport nella programmazione del Servizio Pubblico può diventare strumento di inclusione e di vera e propria rivoluzione nel panorama del racconto televisivo. “Il racconto dello sport: inclusione e sport paralimpico” è la scheda che spiega il legame di lunga data tra la Rai e lo sport paralimpico. Raccontare lo sport paralimpico come si fa con quello olimpico non è solo una questione di lessico e registro: è una battaglia contro il pregiudizio e l'esclusione.

Questo è uno degli obiettivi che il Servizio Pubblico continua a perseguire anche attraverso il consolidamento di pratiche di coesione sociale per promuovere la crescita della qualità della propria offerta complessiva, come definito dal Contratto di

Servizio e illustrato nella scheda *“Coesione sociale. Le “buone pratiche” del Servizio Pubblico Rai per rafforzare senso di comunità e inclusione”*.

Il concetto di coesione sociale, insieme a quello di *sviluppo sostenibile*, ha assunto nell’Unione Europea la valenza di ideale a cui tendere e attraverso cui orientare e valutare le scelte relative alle politiche sociali anche e soprattutto per il Servizio Pubblico radiotelevisivo e multimediale la cui missione è 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. Coesione sociale non significa omologazione o uniformità, al contrario: significa prendere le distanze dalle disuguaglianze e dalle disparità di trattamento pur sapendo al contempo valorizzare positivamente le differenze di ciascuno.

Gli ambiti in cui la Rai ha contribuito a rafforzare la coesione sociale sono molteplici, non solo attraverso campagne di raccolta fondi e campagne di sensibilizzazione, ma anche e sempre più nell’insieme della programmazione radiotelevisiva e online: dall’accessibilità e inclusione nell’offerta e nella traduzione in diretta dei programmi per renderli fruibili ai cittadini con disabilità ipo-sensoriali alla creazione di nuovi format che mettono al centro le persone e le loro unicità; dalle nuove direzioni specializzate nel racconto di tematiche sociali alla sensibilizzazione sui problemi sociali nelle serie per ragazzi; dalla nuova programmazione per l’alfabetizzazione e l’inclusione digitale, fino alla declinazione della coesione attraverso iniziative nell’offerta radio e multiplatforma che arricchiscono i palinsesti declinando il racconto della diversità attraverso storie, problemi e momenti di vita quotidiani.

Per la Rai la coesione sociale è un obiettivo a cui tendere con risultati rilevabili, attraverso un costante monitoraggio della programmazione e l’istituzione di sistemi operativi, quali la pubblicazione nel 2021 - da parte dell’Ufficio Studi Rai - di un volume⁵ per esaminare obiettivi, norme e pratiche del nostro Servizio Pubblico radiotelevisivo e dei principali media europei. L’analisi ha consentito di definire una griglia di analisi per rendere il concetto da teorico a operativo, aggiornabile nelle politiche aziendali e quindi misurabile.

La nuova Rai, nella sua offerta complessiva e in particolare in prima serata TV, guarda al tema dell’inclusione cercando di ribaltare le prospettive, con l’obiettivo di mettere in luce il valore che ogni forma di diversità è in grado di esprimere nella società.

⁵ *Coesione sociale. La sfida del servizio pubblico radiotelevisivo e multimediale*, Rai Libri, 2021

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 2022-2023, la settima edizione dell'iniziativa speciale promossa con Ferrero, che quest'anno affiancherà ai temi consolidati della corretta informazione in ambito nutrizionale, il tema della sostenibilità 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.

Dalla culla alla culla: l'avvento dell'economia circolare

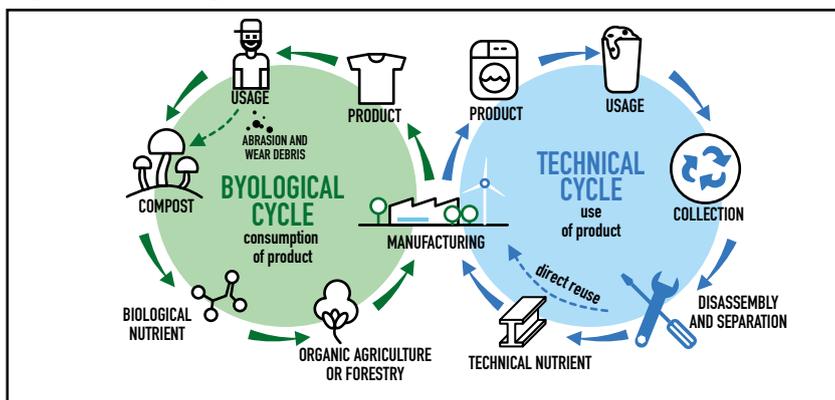
di Pierangelo Soldavini

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

“From cradle to cradle”, dalla culla alla culla: con questo slogan Michael Braungart e William McDonough hanno lanciato le basi di una nuova economia, non basata più sulla linearità di oggetti nati per essere usati e gettati, spesso utilizzati una sola volta, ma sulla circolarità del prodotto, pensato fin dall’inizio per essere riutilizzato in tutte le sue componenti. Non più “usa e getta”, quindi, ma “usa e ricicla”.

Oggi può sembrare un concetto scontato per una società avanzata come la nostra, ormai abituata alla raccolta differenziata dei rifiuti, ma quando è stata introdotta la teoria dell'economia circolare rappresentava una vera e propria rivoluzione culturale, destinata a modificare radicalmente le abitudini e i comportamenti dei consumatori, ma anche a trasformare il modo di concepire la produzione, fin dalla fase della progettazione. Una rivoluzione che deve ancora dispiegare appieno i suoi effetti, ma che ha già trasformato il modo di produrre e di usufruire delle merci. Il libro di Braungart e McDonough “Dalla culla alla culla” è stato pubblicato nel 2002 e il sottotitolo recita: “Ripensare il modo in cui facciamo le cose”.

Il concetto di fondo di un “design rigenerativo”, in grado di trasformare il prodotto giunto a fine vita in nuovi prodotti e nuovi usi in maniera semplice e naturale, si scontrava con una mentalità nata nel Dopoguerra, con il boom economico, di un'economia che avrebbe potuto proseguire all'insegna di una crescita senza fine, irrispettosa del consumo delle risorse terrestri. Un campanello d'allarme è giunto all'inizio degli anni Settanta con la prima crisi energetica: si trattava di una crisi dettata da motivi politici, ma che costrinse l'umanità a fare i conti con la carenza della materia prima che del miracolo economico era il motore principale: il petrolio, in tutte le sue trasformazioni, dal combustibile che garantisce la mobilità, l'energia e il riscaldamento del pianeta alla plastica che ha trasformato il modo di impacchettare e trasportare le merci.



Non è un caso che da quel momento sia nata la corrente di pensiero che ha posto alla base della nuova economia un concetto di sviluppo sostenibile, diventato oggi “mainstream” in tutto il mondo.

Al consumo delle risorse si deve aggiungere l’impatto delle emissioni di anidride carbonica e altri gas serra che sono alla base del fenomeno del “cambiamento climatico”, arrivato a dispiegare i suoi effetti anche in Italia.

Eppure proprio l’accordo per la riduzione dei gas serra che ha portato all’eliminazione del “buco dell’ozono” dimostra che un’inversione di tendenza è possibile.

Nel corso degli ultimi decenni si è consolidata la consapevolezza rispetto a una trasformazione radicale della concezione dell’economia nel senso della riduzione dell’impatto antropogenico, basato da una parte su un minor contenuto carbonico delle attività umane, dall’altra su un minor utilizzo delle risorse naturali.

Questo doppio binario di sviluppo dell’economia globale si rende sempre più indispensabile nella logica di salvaguardia dell’ambiente e degli ecosistemi naturali. Ma deve allo stesso tempo coniugarsi con i principi di un’economia basata sul meccanismo della domanda e dell’offerta e sul rispetto dei diritti fondamentali delle persone.

Che sono poi i principi alla base dei 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile (Sdg) individuati dalla Nazioni Unite nell’ambito dell’Agenda 2030.

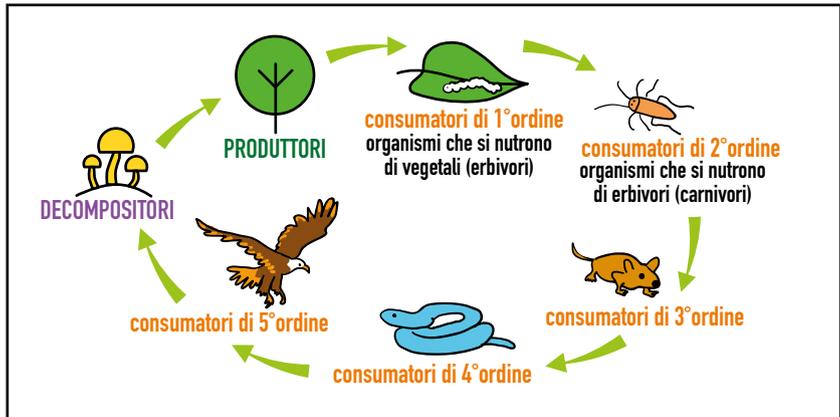
■ Cinque pilastri per un’economia circolare

Proviamo a sintetizzare quelli che potrebbero essere i cardini di un’economia circolare, secondo quanto indicato da Fondazione Symbola.

1. Input sostenibili - Massimizzare l’uso di materie ed energie rinnovabili o, laddove non sia possibile, di risorse provenienti da riuso e riciclo: per esempio, gli impianti di produzione di energia da fonti rinnovabili o le bioplastiche.
2. Ciclo del prodotto più lungo - Business che si basano su eco-design, progettazione modulare dei prodotti e manutenzione mirata a estenderne la vita utile: dispositivi a cui si possono aggiungere funzionalità e sostituire singole parti.
3. Condivisione come scelta - Utilizzo di piattaforme, per lo più digitali, per condividere la gestione dei prodotti tra più utilizzatori, riducendo così il numero di beni richiesti.
4. Product as a service - Soluzioni di business in cui il cliente acquista il servizio associato a un certo prodotto (la mobilità nel car sharing), ma non il prodotto stesso.
5. Fine vita valorizzato - Minimizzazione dello spreco dei materiali giunti a fine vita mediante l’adozione di un approccio finalizzato al riuso, alla rigenerazione e al riciclo.

■ Nulla si distrugge, tutto si trasforma

Se ci pensiamo bene all'interno di un qualsiasi ecosistema naturale è connesso il concetto di circolarità: detto in estrema sintesi, ogni elemento serve alla nutrizione di un altro elemento in uno schema circolare che possiamo immaginare così.



Alla base della piramide ci sono i cosiddetti “produttori”, organismi in grado di sfruttare i composti chimici del terreno e dell’acqua per trasformarli in riserve alimentari come erba e piante.

Al livello superiori troviamo i “consumatori”, organismi che si cibano di altri organismi viventi, che siano erbivori, che si cibano di organismi vegetali, carnivori, che si nutrono di organismi animali, o erbivori e carnivori insieme.

Al terzo livello intervengono i decompositori o trasformati, che possiamo identificare con i batteri che trasformano i resti degli organismi animali e vegetali in sostanze riutilizzabili dai produttori. Insomma, negli ecosistemi naturali il concetto del riutilizzo è già connaturato per definizione: nulla si distrugge, tutto si trasforma!

Se il ciclo alimentare è l’esempio perfetto di circolarità, l’intervento dell’umano ha l’effetto di modificare gli ecosistemi. Non per cattiveria, ma per necessità: nel corso della storia l’essere umano, che all’inizio era inserito in questa catena come gli altri organismi animali, si organizza in forme di vita centralizzate e autonome di comunità che si trasformano in villaggi, paesi, città e metropoli, che inevitabilmente rompono la circolarità.

La catena alimentare dell’umanità si evolve così sulla base di mercati ed esigenze che diventano globali, andando a interrompere quella connessione naturale tra produttori, consumatori e decompositori. La produzione di cibo si organizza sulla base della specializzazione, implicando gli effetti della distanza e quindi della distribuzione dei prodotti sulla base di un’organizzazione fortemente urbanizzata.

Si tratta ora di riportare questi processi sempre più nel solco della catena alimentare originaria. A pensarci bene, quando facciamo la raccolta differenziata, la componente dell’umido finisce per ricreare il processo di trasformazione in sostanze riutilizzabili per l’arricchimento dei terreni e il riutilizzo degli scarti agricoli per

biocarburanti finisce per trasformare materie prime inutilizzabili in energia. La sfida è quella di ricreare le condizioni di ecosistemi naturali locali. Sì, ma come? Proviamo a vedere alcuni snodi della supply chain alimentare che vanno migliorando la situazione nell'ottica della circolarità.

■ Il packaging design

Il packaging è l'imballaggio che serve da una parte a proteggere i cibi nel viaggio dal luogo di produzione al negozio e dall'altra, sempre di più, a invogliare il consumatore all'acquisto. Il design del packaging deve quindi essere pratico nel trasporto e funzionale alla protezione nell'ambito dello spostamento, ma allo stesso tempo informare il consumatore sulle sue caratteristiche, distinguersi rispetto agli altri prodotti simili e catturare l'attenzione del cliente.

Ha quindi una rilevanza notevole, rappresentando una sorta di biglietto da visita del prodotto e di garanzia rispetto alla sua integrità, in particolare laddove devono essere tutelate le condizioni e le temperature. Spesso quindi c'è un imballaggio in cui i prodotti vengono protetti nel corso del viaggio, costituiti da materiali specifici che ne garantiscono la qualità e vengono eliminati prima di arrivare nel negozio, e un "vestito" destinato alla presentazione nel punto vendita.

Nel complesso si tratta comunque di materiali di tipologie diverse che risultano ingombranti e di volumi decisamente superiori rispetto al prodotto finale: una parte viene quindi smaltita dal dettagliante o dagli addetti della grande distribuzione, il resto dal consumatore finale. Negli ultimi anni si è diffuso, anche nelle catene tradizionali, il ricorso a prodotti sfusi anche per quanto riguarda i generi alimentari. Ma rimane una nicchia molto limitata rispetto al totale dal momento che costringe i consumatori a difficoltà nell'acquisto che trovano giustificazione in forti motivazioni personali a tali acquisti. E comunque quest'uso si è scontrato con l'emergenza pandemica e le conseguenti esigenze sanitarie.

Il packaging difficilmente può quindi essere eliminato, ma può essere ridotto e spinto verso il riutilizzo attraverso apposite azioni di sensibilizzazione e di educazione. Se infatti le grandi catene di distribuzione e i dettaglianti sono obbligati alla raccolta differenziata dei diversi materiali di imballaggio, più complessa appare l'opera di sensibilizzazione dei consumatori. Al di là dell'analoga operazione di differenziazione dei rifiuti da parte del consumatore finale, oggi tutte le maggiori catene hanno servizi di raccolta di vassoi e contenitori, soprattutto per quanto riguarda la plastica, per abilitarne il riutilizzo in completa sicurezza e rispetto delle condizioni igieniche.

Tutto ovviamente dipende dal grado di consapevolezza e di coscienza dei singoli consumatori, che però deve essere facilitato nella sua realizzazione. Ecco quindi che diventa fondamentale anche in questo caso un design che sia funzionale anche al riciclo e al riutilizzo: imballaggi troppo complessi da dividere nei diversi materiali si trasformano in un ostacolo anche per consumatori consapevoli e rischiano di diventare oggetti che finiscono nella parte indifferenziata del rifiuto, con il doppio effetto di aumentare la parte che finisce in discarica, vale a dire quella che si cerca di ridurre il più possibile, e di ridurre la componente di materiali e oggetti da rimettere in circolo.

Il packaging design richiede quindi una componente di “intelligenza” nella progettazione che faciliti il riutilizzo e il riciclo in una logica di economia circolare “by design”, che parta cioè dalla progettazione iniziale. Perché è evidente che oggi la sensibilità del consumatore finale è decisamente cresciuta e da questa dipende l'effetto finale di circolarità dell'economia, ma che questa deve essere accompagnata da un'adeguata opera di facilitazione nel design dei prodotti.

■ L'eliminazione degli sprechi

In Europa sono 88 milioni le tonnellate di cibo sprecato ogni anno, pari a 174 kg per persona per un valore complessivo di ben 143 miliardi di euro, ma anche di 170 milioni di tonnellate di CO2 prodotta, secondo i dati Eufic. In questo quadro l'Italia non figura tra i peggiori. Stando ai dati del Waste Watcher International Observatory dell'Università di Bologna nel nostro Paese finiscono in pattumiera 529 grammi a persona a settimana, contro gli 836 della Spagna e i 949 della Gran Bretagna. I più spreconi risultano gli Stati Uniti con 1.403 grammi. Questo per quanto riguarda gli alimenti buttati dai consumatori, senza tenere conto del cibo che finisce in deterioramento prima di essere venduto.

Ma si tratta comunque di volumi troppo alti. Anche in questo caso si tratta quindi di aumentare la consapevolezza dei consumatori finali nell'utilizzo - e nel riutilizzo - delle materie prime alimentari. D'altra parte la stessa storia di una cucina povera e popolare come quella italiana si fonda sulla capacità di recuperare in modo diverso gli alimenti rimasti: piatti come la pasta ripiena o le polpette nascono proprio dal riutilizzo degli avanzi dei pasti precedenti. Ricordate: nulla si distrugge, tutto si trasforma. Questa tradizione si è un po' persa per strada se è vero che i numeri del cibo sprecato e che finisce nei rifiuti vedono gli italiani tra i peggiori d'Europa. Ma c'è spazio per recuperare il terreno perduto.

A questo scopo vengono in soccorso anche le tecnologie digitali. App come Too Good To Go (“Troppo buono per essere gettato”) o Phoenix permettono a negozianti e largo consumo di smerciare a fine giornata prodotti freschi che il giorno successivo non sarebbero più vendibili o alimenti vicini alla scadenza. Un servizio come quello di Babaco facilita il recupero di frutta e verdura che sarebbero esclusi dal ciclo commerciale a causa di semplici difetti di forma o colore. Ci sono altresì piattaforme digitali che mettono in contatto ristoranti e associazioni di volontariato per agevolare il recupero di piatti già pronti per mense per i più bisognosi e senza fissa dimora. Anche in questi casi si tratta di favorire il riutilizzo di risorse che in caso contrario andrebbero perdute.

Allo stesso tempo la tecnologia di conservazione e di trasporto permette di allungare la vita dei prodotti riducendo così il volume degli sprechi alimentari. Senza tenere conto che strumenti innovativi come il codice a barre e la blockchain permettono di tenere sotto stretto controllo l'intera filiera degli alimenti in modo da poter monitorare e tutelare la qualità dei prodotti lungo tutta la loro esistenza, dall'origine al punto vendita, allungando così la vita dei prodotti stessi. La blockchain, in particolare, viene sempre più utilizzata da produttori e consorzi per la certificazione della provenienza e della qualità dei prodotti, trasformandosi di fatto in un bollino di qualità anche per la durata degli stessi.

Ma anche il codice a barre, a quasi 50 anni dalla sua invenzione, si va evolvendo oltre il semplice sistema per fornire le informazioni sui singoli prodotti puntando a trasformarsi in un portale per un mondo parallelo e multicanale. GS1 Italy sta infatti lavorando alla creazione di un gemello digitale per ogni prodotto per fare in modo che gli scaffali fisici e quelli degli e-shop corrispondano alla perfezione. Spingendo lo sguardo un po' più in là si è arrivati a immaginare un'idea dalla portata ancora più vasta: il Passaporto digitale dei prodotti dell'Unione europea, per fare in modo che tutte le informazioni che servono accompagnino i prodotti nel mondo. Perché avere standard globali e chiarire le regole del gioco ci permetterà in futuro di sapere quando queste regole saranno rotte, di seguire i prodotti con più attenzione e di vederli da vicino, di tornare indietro nella loro storia e nel loro viaggio. In modo da poter fare le scelte migliori, che si tratti di singoli individui in un supermercato o in un e-commerce, o di aziende che vogliono scegliere bene, con intelligenza e lungimiranza

■ **Prima di tutto...**

Il dato di fatto è infatti che la palla è sempre più in mano alle scelte dei singoli. Che sia per gli obblighi di legge o per le esigenze legate ai bilanci di sostenibilità delle aziende, anche in campo alimentare i produttori oggi sono decisamente più attenti alla sostenibilità della filiera dei loro prodotti e alle esigenze della circolarità "by design" di tutte le loro componenti.

L'intera operazione di miglioramento della filiera rischia però di essere vanificata in assenza di un corrispondente cambiamento di comportamento da parte dei consumatori, che hanno in mano potenti strumenti di trasformazione attraverso le loro scelte. Le abitudini di acquisto e la consapevolezza in relazione al riutilizzo dei materiali giunti al fine vita diventano fondamentali per non spezzare quella circolarità che in caso contrario rischierebbe di rimanere pura teoria.

■ **Spunti di riflessione e dibattito**

- L'economia circolare è la base per la sostenibilità: quali sono i presupposti perché sia davvero efficace nel ridurre l'impatto dell'attività umana?
- Sai quali sono i 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile? Quali quelli fondamentali? Ci sono delle aggiunte che si potrebbero fare?
- Quali sono i limiti dell'applicazione dell'economia circolare?
- Quanto ti fai influenzare dalla presentazione del prodotto e dalla sua popolarità al momento dell'acquisto? Quanto ti informi sulla provenienza e sull'impatto dei prodotti?
- Come poter aumentare la consapevolezza dei consumatori rispetto alla sostenibilità dei prodotti e al riutilizzo dei materiali?
- Cos'è il bilancio di sostenibilità e a cosa serve?

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 2022-2023 - Le iniziative della Fondazione per la scuola", realizza, per l'anno scolastico 2022-2023, la quarta 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 più legate alla vita quotidiana dei ragazzi e al loro territorio.

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.

Shake the fake

di Alberto Frizzerin

Spin Off Università degli Studi di Padova

Il progetto “Shake the Fake” 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 più legate alla vita quotidiana dei ragazzi e al loro territorio.

In particolare, quest’anno si è proposto di approfondire i temi legati all’analfabetismo funzionale e critico, anche sulla scia delle ultime analisi della letteratura scientifica.

I ricercatori hanno infatti 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 farlocche (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 approfondire una notizia e come affrontarle, nonché cogliere cosa è fake news da cosa è disinformazione. Ecco che questo percorso è stato pensato per approfondire tutti questi aspetti e come le fake news e la disinformazione siano presenti ovunque, in particolare nei social così utilizzati dai nostri ragazzi come da noi adulti. Ecco la proposta in temi:

■ Alfabetizzazione critica e digitale

Dati i cambiamenti nel panorama dei media digitali in riferimento alle fake news, sono necessari cambiamenti corrispondenti ai concetti di alfabetizzazione digitale e prima di tutto critica, per consentire a tutti gli studenti che incontriamo di essere consapevoli nell’utilizzo e di poter trovare i mezzi e le competenze di cui necessitiamo per impegnarci efficacemente in questa società.

Quale miglior e più opportuno luogo della scuola per un’alfabetizzazione critica come approccio scolastico e interdisciplinare all’insegnamento, che incoraggi gli studenti a sfidare ciò che leggono ponendo domande critiche, per esplorare i testi e il materiale didattico audio e video, secondo diverse e arricchenti prospettive?

■ Fake news, misinformazione e disinformazione nella società moderna

La diffusione di notizie false è un fenomeno che accompagna il mondo dell'informazione da sempre, ma il peso che sta assumendo attualmente è travolgente perché rapida e dirimpente è la diffusione virale delle notizie o di un filtro non sempre oggettivo alle stesse. Controllare la circolazione dei fatti on-line è molto complesso e facilmente sfugge al controllo e alla critica di menti formate e attente. Ma non ci sono solo fake news, ci sono anche la misinformazione e la disinformazione. La misinformazione e la disinformazione sono due termini che vengono spesso usati in modo intercambiabile. Attenzione però che, anche se entrambi i termini rappresentano un certo pericolo per la società, non significano la stessa cosa.

■ Perché le fake news / disinformazione / misinformazione? Perché così tante in proprio in questo tempo storico?

Cosa si può nascondere dietro la diffusione di notizie false. Le lezioni della storia e il ragionamento sulla contemporaneità. Come informarsi in maniera "attenta".

■ Come la condivisione di notizie influenza le nostre scelte nel 2022?

Occorre promuovere una maggiore consapevolezza degli effetti che i social media e i media tradizionali hanno sui processi decisionali e sulle azioni individuali e sociali. Tale aspetto risulta fondamentale soprattutto in età adolescenziale in cui i pari e "gli idoli" veicolati dai mass-media rappresentano un punto di riferimento per la creazione di idee e la costruzione di valori nell'adolescente.

■ Cosa esiste già per contrastare il fenomeno? Che risorse possiamo attivare (come studenti in classe, insegnanti, genitori, cittadini)?

Strumenti utili, laboratori di competenze

Buon approfondimento insieme!

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 2022-2023, la nona 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 volta a testare un nuovo modello formativo per il percorso di educazione alla cittadinanza 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.

Inoltre, per ciascuna edizione dell'iniziativa, sarà organizzato alla Spezia un incontro per i docenti e gli studenti, nel corso del quale saranno date indicazioni e spunti di riflessioni importanti per la realizzazione delle lezioni in classe.

Fare informazione dopo la pandemia

di Giacomo Buoncompagni

Università degli Studi di Firenze

La pandemia di Covid-19 ha colpito inaspettatamente anche il mondo del giornalismo e i giornalisti. Vittime questi, soprattutto da un punto di vista operativo e reputazionale.

Come ben evidenziato dalla rivista scientifica *AMA Journal of Ethics* il ruolo del giornalismo è cruciale nei casi di epidemie e pandemie. Queste ultime, in particolare, sono situazioni di crisi che “colpiscono” non solo la salute pubblica, ma anche l’informazione.

Dopo due anni e mezzo la copertura mediatica mondiale è in buona parte concentrata sulla diffusione del nuovo Coronavirus (SARS-CoV-2) e le sue numerose varianti.

Fare informazione in un momento di incertezza ed emergenza, come quello che abbiamo conosciuto a partire da fine febbraio 2020, comporta notevoli difficoltà per i giornalisti, soprattutto non scientifici, in quanto hanno la responsabilità di coprire l’evoluzione dell’emergenza (sanitaria, nel caso in questione) in maniera corretta, aggiornata e verificata, per non sminuire la gravità della situazione e al contempo alimentare la paura.

Dall’inizio dell’attuale crisi pandemica è stato un susseguirsi di eventi pubblici annullati, di accessi vietati o limitati, di conferenze stampa virtuali e *smart working* che hanno caratterizzato anche la quotidianità delle redazioni giornalistiche.

Si sono moltiplicati gli eventi online e quelli più di natura istituzionale, spesso “chiusi” agli organi di informazione, dove gli organizzatori fornivano ai giornalisti accreditati solo qualche comunicato e qualche immagine (le cosiddette cartelle stampa).

In Germania, secondo quanto affermato dal direttore della redazione berlinese dell’*Afp Yacine Le Forestier*, alcuni eventi politici si sono trasformati addirittura in “spettacoli”, con la diffusione di interminabili filmati autocelebrativi da parte del governo, senza domande da parte del pubblico o della stampa.

Negli Stati Uniti le restrizioni sanitarie hanno avuto come principale conseguenza la limitazione delle interviste al Presidente Joe Biden durante la campagna elettorale.

Stessa cosa nelle sedi istituzionali di Bruxelles durante il Consiglio Europeo.

Con il diffondersi del virus i giornalisti si sono ritrovati senza più la possibilità di fotografare la presidente Ursula von der Leyen al di fuori delle rare apparizioni in sala stampa.

Situazioni simili non sono mancate anche in Italia.

Sono noti a tutti i numerosi bollettini trasmessi in diretta dalla Protezione Civile alle ore 18:00 di ogni giorno nei primi mesi di Covid-19; così come gli interventi serali, comunicati alla stampa con poco preavviso, del Presidente del Consiglio, spesso chiusi anche ai giornalisti.

Durante la pandemia spesso gli eventi mediatici globali sono stati coperti da

un *pool*, compresi i comizi delle campagne elettorali che, in ogni caso, sono stati di piccole dimensioni. La “pratica del *pool*” ha permesso di affidare la copertura di una notizia a un numero ridotto di giornalisti, che si alternavano e condividevano la loro produzione con le altre redazioni. La conseguenza di questa modalità di fare informazione è che tutti i media finiscono con pubblicare un prodotto identico, privo della ricchezza dei punti di vista differenti.

La mancanza, dunque, di un margine di manovra per gli operatori dell’informazione e una comunicazione senza filtri sui social network, già sovraccarica prima della pandemia, hanno alimentato flussi di disinformazione sanitaria che in pochi giorni hanno invaso l’universo digitale.

È noto, inoltre, come la pandemia sia riuscita anche a creare un terreno fertile per complottisti e no vax, che hanno seminato la confusione e amplificato il loro messaggio anti-vaccino giocando sulle paure legate alle misure sanitarie prese e ai dubbi espressi da qualche esperto apparso nei salotti televisivi.

Viene dunque da chiedersi: esiste un “protocollo” da seguire per poter fare buona informazione durante una crisi sanitaria? E quale comportamento dovrebbe tenere un giornalista professionista?

Helen Branswell, giornalista canadese esperta di malattie infettive e salute globale, a partire dal 2003 si è ritrovata a coprire la diffusione dell’epidemia di SARS a Toronto.

Durante una intervista riportata dalla testata *The Journalist’s Resource* dell’*Harvard Kennedy School* (2017), Branswell ha fornito una serie di consigli su come fare informazione durante una crisi sanitaria.

La prima riflessione inerisce le informazioni che possono modificarsi nel tempo. «All’inizio di un’epidemia non tutto è noto; le persone devono capire che se le informazioni ricevute cambiano, non è necessariamente perché gli si sta nascondendo qualcosa. È perché con il tempo si sa di più», dice Branswell. Questa consapevolezza dovrebbe acquisirla anche i giornalisti: «Devono sapere che le conoscenze che hanno [sull’epidemia] possono cambiare, devono essere pronti a questi cambiamenti e includerli nel lavoro giornalistico».

È importante inoltre familiarizzare con l’epidemiologia e le modalità di trasmissione di base delle malattie infettive, comprendere il significato di espressioni tecniche come “periodo di incubazione”, “varianti”, “trasmissione diretta o indiretta”, dal momento che le malattie infettive tendenzialmente seguono degli schemi di propagazione.

Conoscere i modelli di trasmissione aiuta a comunicare al pubblico il rischio di un’epidemia, mentre sapere quali sono i fondamentali dell’epidemiologia aiuta la preparazione delle interviste, per renderle più precise e mirate e scegliere con accuratezza il soggetto esperto da coinvolgere.

A tal proposito Branswell suggerisce di controllare l’effettiva competenza degli esperti da sentire, magari incrociando le risposte con quelle di altri, dal momento che, avverte la giornalista, durante le epidemie compaiono moltissimi *wannabe experts*, cioè dei sedicenti esperti.

Dunque, come sarà l’informazione dopo la pandemia?

La crisi sanitaria ha provocato per quasi tre anni un’enorme chiusura dell’accesso alle fonti; in parte legittimo (con riferimento alle precauzioni sanitarie, alla pre-

senza di persone fragili ecc.), ma in parte illegittimo, se pensiamo ai numerosi casi di disinformazione e censura.

Ma questo accesso sarà ripristinato? In tutti i Paesi? E con quali tempistiche? Per il segretario generale di *Reporter senza frontiere* (Rsf), Christophe Deloire, il Covid-19 ha rappresentato in alcuni Stati un'occasione per limitare la libertà di stampa.

Attualmente, secondo Rsf, l'esercizio del giornalismo è ormai "totalmente o parzialmente bloccato" in più di 130 Paesi. A questo si aggiungono le minacce se non gli omicidi: 50 sono i giornalisti uccisi nel 2020 secondo i dati dell'organizzazione di difesa della libertà di stampa.

Dopo la tragedia pandemica sarà necessario provare a riguadagnare il terreno perduto in merito alla libertà di informare. Una sfida che riguarda tutti i giornalisti, di tutte le testate, di tutto il mondo, ma anche i governi e i cittadini interessati a difendere uno dei pilastri della democrazia: la libertà di informazione.

■ Proposta di attività in classe

I temi affrontati in questa scheda sono sicuramente di interesse anche per il mondo scolastico, le insegnanti e gli studenti.

Si suggerisce di instaurare un dialogo in classe sul tema della libertà di informazione e la rappresentazione mediatica del Covid-19, stimolato magari da infografiche o lettura dei quotidiani in classe.

In seguito, dividendo la classe in piccoli gruppi, potrebbe essere interessante contattare giornalisti locali e chiedere loro, sotto forma di testimonianza o intervista, come hanno lavorato nel periodo più intenso della pandemia.

Nuova edizione del portale per i docenti

L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori realizza, per l'anno scolastico 2022-2023, la nuova edizione di 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 2022-23 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

■ Nome

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

4 ottobre 2022 - 3 giugno 2023

■ Contatto per informazioni relative allo svolgimento dell'iniziativa

adesioni@osservatorionline.it

Concorsi

Concorso

www.ilquotidianoinclassa.it

Nuova edizione del portale per studenti

Nell'ambito del progetto "Il Quotidiano in Classe", l'iniziativa concorsuale del portale www.ilquotidianoinclassa.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 "ilquotidianoinclassa.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, video, gallery fotografiche e vignette.

L'opinione del singolo studente è la protagonista assoluta di questa iniziativa che sarà promossa, anche per l'anno scolastico 2022-2023.

La carta d'identità del portale www.ilquotidianoinclassa.it

■ Nome

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

4 ottobre 2022 - 28 aprile 2023

■ 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. Partendo dai suggerimenti dei giornalisti, infatti, si sfideranno a colpi di post testuali, vignette, video e gallery fotografiche.

■ Contatto per informazioni relative allo svolgimento dell'iniziativa

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 2022-2023, la quattordicesima 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.

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 2022/2023 gli studenti della regione saranno coinvolti attivamente in un nuovo e sfidante contest fotografico, attraverso cui dovranno rappresentare "La Toscana come set cinematografico", immortalando luoghi che sono stati protagonisti di film o serie televisive o che lo potrebbero diventare su proposta degli stessi ragazzi.

La Toscana come set cinematografico

di Maria Vezzoli

Formatore OPPI, già docente di Scienze nelle scuole superiori di secondo grado

Per il 2022/2023 c'è una nuova proposta, sempre ricca e stimolante; gli studenti dovranno partecipare ad un contest (concorso) fotografico sul tema "La Toscana come set cinematografico che è stata e che vorrei...".

Gli alunni dovranno cercare dei luoghi che sono stati set cinematografico o che lo potrebbero diventare, scattando delle fotografie e corredandole con una breve spiegazione di quanto questi ruoli hanno rappresentato o potrebbero rappresentare in un immaginario nuovo film o serie televisiva.

Come le precedenti, la proposta è formulata 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". In particolare, promuove una riflessione su cinema e tv, invitando i ragazzi a ripensare in maniera critica e autoformativa spettacoli di cui hanno fruito/fruiscono. Un esercizio utile, in un tempo in cui, direbbe un neurolinguista, i canali visivi e auditivi di bambini, giovani e adulti, e spesso anche anziani, sono letteralmente "ingorgati" da un vero e proprio bombardamento sonoro e visivo. Smartphone, tablet, tv, forse il cinema un po' meno presente. Il cinema, tuttavia, è una sorta di "genitore" di tutti gli altri media.

Il lavoro proposto dalla Regione Toscana può essere pensato per ogni singolo studente, o per piccoli gruppi, ma è comunque importante, Covid-19 permettendo, 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 per di più ciascuno potrà scoprire e riscoprire luoghi noti e meno noti scoperti e riscoperti dagli altri.

■ La Toscana come set cinematografico che è stata e che vorrei

"Cinema, è boom di set in Toscana. Ecco tutti i film girati nel 2021" titola "La Nazione" del 20 gennaio 2022. E prosegue: "Tra film, documentari, serie tv e prodotti audiovisivi, nel 2021 sono arrivate in Toscana 146 produzioni, per una ricaduta economica sul territorio di oltre 13 milioni di euro... Le 146 produzioni audiovisive approdate in Toscana nel 2021 hanno riguardato 22 lungometraggi, 9 serie tv, 11 cortometraggi, 34 documentari, 36 set tra shooting fotografici, videoclip e spot commerciali, 34 format tv. Le giornate di lavorazione sono state in tutto 1.094: 732 le giornate di ripresa e 362 quelle di preparazione. Ad essere impiegate nei vari set sono state 611 maestranze tecniche e 400 società di servizi locali, con un incremento del 150 per cento rispetto al 2020..."

Se questi dati riguardano solo il 2021, sappiamo tuttavia che la Toscana ha offerto fin dall'inizio della storia del cinema e poi della televisione ambientazioni parti-

colarmente importanti e suggestive. A volte memorabili: una per tutte, quella de “Il Paziente inglese (1996) vincitore di ben 9 Oscar, girato nella splendida Pienza.

Non ci sembra il caso di elencare qui le numerosissime produzioni cinematografiche e televisive ambientate in Toscana. Basta digitare alcune parole chiave (es. Toscana set cinema) per trovare elenchi e descrizioni.

Wikipedia, addirittura, (https://it.wikipedia.org/wiki/Categoria:Film_ambientati_in_Toscana) presenta in ben 116 pagine un elenco alfabetico di luoghi toscani e di film che vi son stati girati!

Ricordiamo che nel 2011 Gianni Canova e Luisella Farinotti hanno curato una ricerca sulla “geografia” del cinema italiano contemporaneo, i cui risultati sono pubblicati in “Atlante del cinema italiano. Corpi paesaggi figure del contemporaneo” - Garzanti, 2011.

■ Cosa fare con i ragazzi

Lavorare con i ragazzi per aiutarli nella preparazione al concorso avrà un importante risvolto formativo: formare alla fruizione intelligente di cinema e tv è una parte fondamentale della formazione all’immagine, dell’educazione allo sguardo e all’ascolto. E, in generale della formazione di un cittadino consapevole e non supinamente imbottito di suoni e immagini propinati dai media.

Proponiamo quindi solo pochi spunti di riflessione preliminari per insegnanti e studenti. Per brevità, quando usiamo il termine “cinema” ci riferiamo anche a produzioni televisive e simili.

- Il cinema è un modo di conoscere il mondo. Uno sguardo multiplo di registi, sceneggiatori, soggetti, autori, attori, costumisti... chiediamoci come ciascuno di questi protagonisti esprima la propria visione.
- Il cinema suggerisce la comprensione e l’uso della metafora, che ci sembra importante: spesso i giovani - e non solo loro - tendono a considerare letteralmente le metafore, con conseguenze pericolose di rigidità di pensiero, manicheismo, scarsa flessibilità e tolleranza.
- Il cinema potenzia il ruolo della narrazione; la narrazione per immagini ha una presa emotiva molto forte ed è motore di apprendimento, di riflessione su di sé e sul mondo.
- Il cinema ha un coefficiente di penetrazione nella sfera di attenzione del soggetto molto elevata.
- Il cinema stimola non solo l’attenzione, ma anche processi e capacità di selezione e uso della memoria.
- “Il cinema ha questo di bello: assomiglia alla vita con una differenza, è meno noioso” questo non lo diciamo noi, lo diceva Alfred Hitchcock.

Esistono molti modi per leggere un film.

Per questa operazione educativa pre-ricerca segnaliamo agli insegnanti, oltre al già citato lavoro di Canova e Farinotti, alcuni testi magari non nuovissimi ma fondamentali:

*Alberto Agosti - Pratiche didattiche sullo schermo - per un pensare riflessivo sull'insegnamento - FrancoAngeli 2016

*Francesco Cappa, Emanuela Mancino - Il mondo, che sta nel cinema che sta nel mondo - Il cinema come metafora e modello per la formazione - Mimesis 2005

*Dario d'Incerti, Massimiliano Santoro, Giuseppe Varchetta - Schermi di formazione - i grandi temi delle risorse umane attraverso il cinema - Guerini e associati, 2000

*Dario d'Incerti, Massimiliano Santoro, Giuseppe Varchetta - Nuovi schermi di formazione - i grandi temi del management attraverso il cinema - Guerini e associati, 2010

*Gianni Canova - Cinemania. 10 anni 100 film - Marsilio 2010

Guardare film, andare in giro, scegliere, fotografare ci sembrano le proposte che possiamo fare agli allievi

■ Guardare film

Si possono scegliere/proporre film o serie televisive (parti) sia ambientati in Toscana sia altrove. I ragazzi stessi potranno proporre lavori già da loro visti. Si promuoverà una riflessione e un dibattito in gruppi e in classe. Solo alcune domande-guida:

- Che ruolo ha il paesaggio, sia urbano sia naturale?
- Il paesaggio diventa protagonista o è solo uno sfondo o...?
- Il paesaggio diluisce o induce tensione?
- Il paesaggio suggerisce pensieri? Quali?
- L'ambientazione suggerisce stati d'animo come paura, serenità, dolore, gioia, spaesamento, confusione, conforto, monotonia, solitudine, speranza, attesa, tristezza, tranquillità...?
- L'ambientazione aiuta a comprendere relazioni sociali o interpersonali o pare indifferente?

Dal confronto emergeranno punti di vista diversi che è opportuno rispettare e là dove possibile utilizzare per costruire uno sguardo "largo" sull'uso del paesaggio nei diversi film.

■ Andare in giro

Non c'è che l'imbarazzo della scelta nella ricerca di luoghi da fotografare. I ragazzi potranno scegliere ambienti già usati in film che hanno visto e riproporli da punti di vista diversi, leggerne significati emozionali e culturali. Potrebbero addirittura scegliere i paesaggi di un film noto e utilizzarli per ambientarvi una storia tutta diversa!

In alternativa potranno cercare "nicchie" non sfruttate, nuove, proponendo signi-

ficati: perché quel luogo mi suggerisce una storia, un pensiero, una vicenda vera o di fantasia?

Interessante proporre la ricerca di luoghi in cui ambientare la propria autobiografia, sia quelli dove davvero si è vissuti sia altri, diversi, che rappresentino comunque la propria vita e il proprio sentire.

■ Fotografare

Pensiamo sia opportuno non enfatizzare l'aspetto tecnico del fotografare. Chi può disporre di attrezzature fotografiche di buon livello è certamente privilegiato, ma lasciamo spazio a chi dispone del solito telefonino "qualunque". Siano privilegiate creatività, fantasia, originalità nella scelta del luogo, dell'inquadratura speciale e suggestiva di pensieri, narrazioni, idee. Promuoviamo il pensiero riflessivo e autoriflessivo su immagini già viste come su immagini "nuove" e quindi pro-muoviamo (qui con il trattino! n.d.a) l'abitudine alla narrazione, imprescindibile fonte di apprendimento.

■ Incentivo al turismo

Abbiamo parlato dell'importante ricaduta economica della presenza di set cinematografici in Toscana, citando i dati del 2021. Sottolineiamo ancora, quasi ce ne fosse bisogno, l'importante ricaduta sul turismo. Cinema e televisione hanno una sorta di potere magico di far conoscere in tutto il mondo luoghi a volte poco conosciuti, spingendo la gente a visitarli non solo per la bellezza, l'interesse artistico o naturalistico, ma anche per rivivere l'emozione del film. Un potere evocativo fortissimo: ricordiamo che in USA, tra Utah e Arizona, nella famosa Monument Valley dove, fu girato nel lontano 1939 "Ombre Rosse", sono puntualmente segnalati i punti più famosi con denominazioni come "John Ford Point" e "John Wayne Point". Presso quest'ultimo un paziente cavallo chiede pochi dollari per accogliere sul dorso un improvvisato cavaliere che verrà fotografato a raffica! Scrive ancora La Nazione: "I tanti set ospitati nel 2021 in Toscana lasciano dunque ben sperare per un possibile aumento, in futuro, dei turisti che sceglieranno la Toscana, auspicabilmente in modo diffuso, per le loro vacanze". E speriamo e soprattutto facciamo in modo che si tratti di un turismo civile e rispettoso di una regione splendida e di plurimillennaria cultura.

Concorso Le 5 E dell'energia

Promosso in collaborazione con

The logo for Enel, consisting of the lowercase letters 'enel' in a bold, sans-serif font. The 'e' is lowercase and the 'n' is lowercase, while the 'e' and 'l' are lowercase.

L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori ed Enel promuovono, per l'anno scolastico 2022-2023, l'ottava 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 cinque ambiti: le 5 "E" dell'energia.

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: cambiamenti climatici e riduzione delle emissioni

Almeno a partire dalla Conferenza delle Nazioni Unite sull'ambiente e lo sviluppo tenutasi a Rio de Janeiro nel 1992, la comunità internazionale ha sviluppato un consenso sulla minaccia rappresentata dai cambiamenti climatici per la società umana e gli ecosistemi naturali. A questo consenso non c'è dubbio che il primo rapporto pubblicato nel 1990 dall'IPCC (Gruppo intergovernativo di esperti sul cambiamento climatico - il principale organismo internazionale per la valutazione dei cambiamenti climatici) abbia fortemente contribuito.

Dagli anni '90 del secolo scorso le cose sono cambiate rapidamente, sia dal punto di vista ambientale che socio-politico. Diversi studi hanno ormai dimostrato in modo inconfutabile come il cambiamento climatico, che si esprime in un aumento delle temperature medie globali con diverse conseguenze sul sistema climatico della Terra, sia da imputare principalmente alle attività antropiche, soprattutto a partire dalla rivoluzione industriale che ha comportato un innalzamento delle concentrazioni di anidride carbonica (CO₂) e altri gas serra nell'atmosfera.

Iniziative più recenti e influenti a livello globale, riaffermano con maggiore enfasi la minaccia rappresentata dai cambiamenti climatici, e la necessità, non più posticipabile, di affrontarli attraverso strategie di mitigazione e adattamento.

Tra queste iniziative, forse la più importante dal punto di vista dell'energia è da considerare l'Accordo di Parigi dell'UNFCCC (2015), un impegno internazionale che mira a limitare l'aumento della temperatura media globale in questo secolo ben al di sotto dei 2°C rispetto ai livelli preindustriali, e possibilmente entro 1,5°C. Perché ciò sia possibile, è necessario un impegno globale volto a ridurre in modo drastico le emissioni di gas climalteranti, come l'anidride carbonica e il metano, attraverso strategie definite di mitigazione.

Il 75% delle emissioni a livello globale di gas serra è da attribuire al settore dell'energia, che si basa ancora oggi per l'80% sull'utilizzo di fonti fossili, quali petrolio, carbone e gas naturale (Tagliapietra 2020). Le fonti fossili sono quindi il principale fattore che influenza il cambiamento climatico. Da questi dati non è difficile capire perché il tema dell'energia sia considerato il perno centrale della lotta ai cambiamenti climatici, e che la strategia inevitabile sia quella di una transizione dalle fonti fossili a fonti di energia rinnovabili.

■ Mitigazione: fonti fossili e fonti rinnovabili

Esistono due strategie principali per rispondere al cambiamento climatico: mitigazione, ovvero strategie volte a ridurre e contenere il cambiamento, e adattamento, strategie per adeguarsi agli inevitabili effetti di un clima che cambia.

Le azioni volte a ridurre le concentrazioni di anidride carbonica nell'atmosfera fanno parte delle strategie di mitigazione, e tra queste un ruolo centrale ha la c.d. transizione energetica.

Per transizione energetica si intende 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 CO₂ 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. In base al ruolo centrale dell'energia per le emissioni di gas serra, centrale per la decarbonizzazione è la transizione a fonti di energia più sostenibili e meno inquinanti.

Tra le fonti di energia rinnovabili ormai conosciute e sempre più utilizzate, anche in base alla disponibilità di queste fonti nei diversi paesi, si possono individuare:

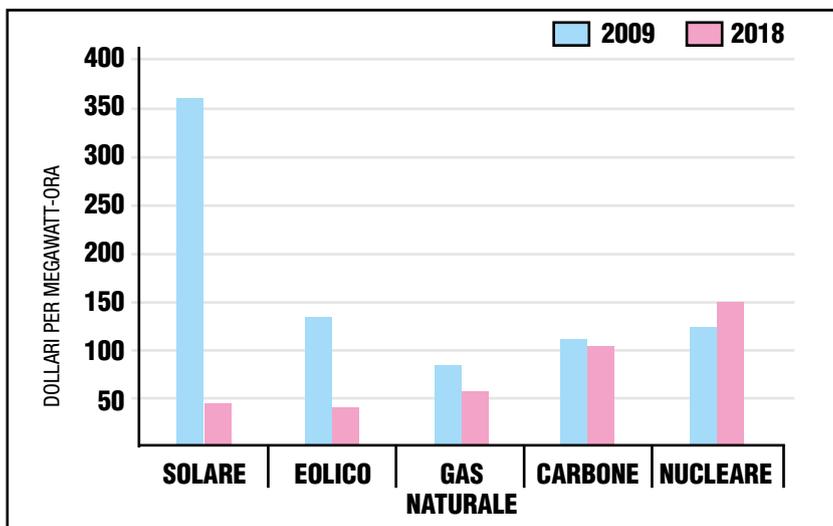
- energia solare, che si basa sull'utilizzo dell'energia del sole per produrre elettricità;
- energia eolica, che sfrutta la potenza del vento;
- energia idroelettrica, attraverso l'uso dell'energia prodotta dall'acqua;
- bioenergia, derivata da biomasse quali legno, rifiuti animali e solidi urbani, biocarburanti e biogas;
- energia geotermica, che utilizza il calore della Terra;
- energia oceanica, che sfrutta l'energia prodotta dal moto ondoso e dalle maree.

L'appellativo di energie rinnovabili deriva dal fatto che esse sfruttano energia derivante da processi naturali che si rinnovano e rigenerano continuamente, e che non si esauriscono come invece i combustibili fossili. Soprattutto, trattandosi di processi che avvengono naturalmente, e che non prevedono combustione, il rilascio di CO₂ derivante dalla produzione di questo tipo di energia è minimo.

Se storicamente, prima della scoperta dei combustibili fossili, queste fonti di energia venivano già ampiamente utilizzate, è soprattutto a partire dall'inizio degli anni 2000 che si può notare un nuovo incremento nell'utilizzo delle fonti rinnovabili, dovuto ad un mix di efficientamento nella tecnologia, con una conseguente riduzione dei costi, e ad una serie di policy governative che mirano ad incentivare l'utilizzo di queste fonti rispetto alle fossili.

Si pensi che negli ultimi 10 anni il costo dell'eolico (livellato, cioè che indica il prezzo dell'energia in base al costo della sua produzione) è diminuito del 70%, e addirittura del 90% quello del solare-fotovoltaico (Tagliapietra 2020).

Figure 1: Costo dell'elettricità generata da diverse fonti 2009-2018



Fonte: Tagliapietra 2020.

Oltre all'impegno in risposta ai cambiamenti climatici derivante dall'Accordo di Parigi, le politiche governative di diversi paesi negli ultimi anni hanno cercato di incentivare sempre più le energie rinnovabili anche per ridurre l'inquinamento atmosferico, promuovere politiche industriali rivolte a tecnologie più sostenibili, e non da ultimo garantire la sicurezza energetica – tema che negli ultimi mesi si è fatto largo nel dibattito pubblico in conseguenza dell'invasione russa dell'Ucraina. Vale la pena vedere nel dettaglio come l'Unione Europea, e il nostro paese, si stiano muovendo in questa direzione.

■ Quali strategie e policy? European Green Deal, PNRR, RePowerEU

L'IPCC ci dice con sempre maggiore enfasi che ci rimane poco tempo per poter arginare (e quindi mitigare) gli effetti dei cambiamenti climatici, ponendo il 2050 come riferimento per la neutralità climatica, ovvero zero emissioni nette di gas a effetto serra - cambiamenti climatici che comunque sono ormai in atto, e le cui conseguenze si protrarranno per i prossimi secoli. Per poter quindi attuare una transizione energetica efficace è indispensabile l'intervento di politiche governative, atte a favorire la diffusione delle energie rinnovabili nei diversi settori, e al contempo ridurre la dipendenza da fonti fossili.

In questo campo l'Unione Europea ha sicuramente giocato un ruolo fondamentale a livello globale negli ultimi anni, detenendo il primato mondiale per le sovvenzioni al settore dell'elettricità ottenuta da fonti rinnovabili. Ma oltre al passaggio a energie rinnovabili, la transizione necessita di un contemporaneo aumento dell'efficienza energetica, ovvero la riduzione della quantità di unità di energia necessaria per produrre ricchezza.

Anche in questo caso, si tratta di interventi infrastrutturali che necessitano del ruolo del settore pubblico per incentivare investimenti, sia nella ricerca di soluzioni a più basso consumo, che nell'efficientamento del patrimonio tecnologico, industriale ma anche, e soprattutto, immobiliare dei singoli cittadini, per far sì che tutti possano dotarsi degli strumenti per ridurre i consumi energetici. In questo, anche l'educazione energetica gioca un ruolo fondamentale.

La Commissione Europea presieduta da Ursula von der Leyen ha adottato nel 2019 il Green Deal europeo, un piano che prevede di raggiungere la neutralità climatica sul continente europeo entro il 2050, attraverso ambiziose azioni di riduzione delle emissioni, a partire dal settore energetico.

Azioni che non si limitano alle politiche energetiche, ma che anzi riguardano tutte le sfere della politica europea, e di conseguenza nazionali dei singoli stati membri, per facilitare il processo di transizione ad un'economia verde e al contempo equa. In questo quadro si pongono poi gli aiuti varati in risposta alla pandemia attraverso il NextGenerationEU (2020), che sono diventati un volano per spingere ulteriormente la transizione, attraverso finanziamenti senza precedenti agli stati membri.

In Italia ciò si è tradotto nell'adozione del PNRR - Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (2021), in cui si delinea la strategia italiana per la transizione ecologica ed energetica, a partire dalla Missione 2 "Rivoluzione verde e transizione ecologica", soprattutto nella sua Componente 2 "Energia rinnovabile, idrogeno, rete e mobilità sostenibile". Ultimo, solo cronologicamente, è il piano strategico RePowerEU (2022), in risposta alla crisi geopolitica scatenata dall'invasione russa in Ucraina, attraverso cui l'Unione Europea vuole spingere ulteriormente verso la sicurezza energetica - messa a rischio dalle sanzioni alla Russia -, attraverso la diversificazione delle fonti di approvvigionamento energetico e un'ulteriore accelerazione nel settore delle energie rinnovabili.

■ Bibliografia di riferimento

European Commission (2019). COM/2019/640 final. COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE EUROPEAN COUNCIL, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS The European Green Deal.

European Commission (2020). COM/2020/442 final. COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE EUROPEAN COUNCIL, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS The EU budget powering the recovery plan for Europe.

European Commission (2022). COM/2022/230 final. COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE EUROPEAN COUNCIL, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS The EU budget powering the recovery plan for Europe.

MIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS REPowerEU Plan.

Governo Italiano (2021) PNRR. Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza.

Tagliapietra, S. (2020). *L'energia del mondo. Geopolitica, sostenibilità, Green New Deal*. Bologna: il Mulino.

Concorso SosteniAMO il Futuro

Promosso in collaborazione con



Nell'anno scolastico 2022-2023 prenderà il via la quinta 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 Lombardia e Toscana 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.

I 17 Obiettivi dello Sviluppo Sostenibile e l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite

di Marco Tortora

Presidente Associazione FAIR

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 la *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.

■ I 17 Obiettivi o SDG

GOAL 1. SCONFIGGERE LA POVERTÀ

Porre fine ad ogni forma di povertà nel mondo

TARGET: 7

GOAL 2. SCONFIGGERE LA FAME

Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile

TARGET: 8

GOAL 3. SALUTE E BENESSERE

Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età

TARGET:13

GOAL 4. ISTRUZIONE DI QUALITÀ

Assicurare un'istruzione di qualità, equa ed inclusiva, e promuovere opportunità di apprendimento permanente per tutti

TARGET:10

GOAL 5. PARITÀ DI GENERE

Raggiungere l'uguaglianza di genere e l'empowerment (maggiore forza, autostima e consapevolezza) di tutte le donne e le ragazze

TARGET:9

GOAL 6. ACQUA PULITA E SERVIZI IGIENICO-SANITARI

Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico-sanitarie

TARGET:8

GOAL 7. ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE

Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni

TARGET:5

GOAL 8. LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA

Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti

TARGET:12

GOAL 9. IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE

Costruire una infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile

TARGET:8

GOAL 10. RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE

Ridurre l'ineguaglianza all'interno di e fra le Nazioni

TARGET:10

GOAL 11. CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI

Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili

TARGET:0

GOAL 12. CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI

Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo

TARGET:11

GOAL 13. LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Adottare misure urgenti per combattere il cambiamento climatico e le sue conseguenze

TARGET:5

GOAL 14. VITA SOTT'ACQUA

Conservare e utilizzare in modo durevole gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile

TARGET:10

GOAL 15. VITA SULLA TERRA

Proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre, gestire sostenibilmente le foreste, contrastare la desertificazione, arrestare e far retrocedere il degrado del terreno, e fermare la perdita di diversità biologica

TARGET:12

GOAL 16. PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI SOLIDE

Promuovere società pacifiche e più inclusive per uno sviluppo sostenibile; offrire l'accesso alla giustizia per tutti e creare organismi efficienti, responsabili e inclusivi a tutti i livelli

TARGET:12

GOAL 17. PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI

Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile

TARGET:19

■ Il percorso verso i 17 SDG: il punto

Secondo l'ultimo Rapporto del Gruppo indipendente di Scienziati delle Nazioni Unite (GSDR, 2023), il percorso di miglioramento e progresso verso il raggiungimento dei 17 Goal dell'Agenda 2030 non risulta ancora adeguato.

Lo sviluppo è infatti 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 essere umani, di assicurare che il sistema socio-economico 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 un'azione precisa e adeguata al livello locale dove verrà applicata.

Quali che siano le leve di azione (Governance, Economia e Finanza, Azione individuale e collettiva, Scienza e tecnologia), dovranno essere disegnati e realizzati progetti che individuino una o più tra le seguenti aree di ingresso e attivazione: Capacità e benessere delle persone; Sistemi economici equi e sostenibili; Decarbonizzazione e giusto accesso alle fonti energetiche; Nuovi sistemi del cibo; Sviluppo urbano e peri-urbano; Beni ambientali globali.

A livello globale, l'outlook negativo e pessimistico riportato sopra è in parte dovuto all'impatto e ai relativi effetti negativi causati dalla crisi pandemica globale del Covid-19 SDG (Progress Report 2022).

Solo guardando al Goal 1, Povertà, si vede chiaramente come gli ultimi quattro anni di progressi sono stati erosi dagli effetti della pandemia.

Otto milioni di lavoratori hanno perso il posto di lavoro e sono entrati nella categoria nuovi poveri. Per il Goal 2, Cibo e sicurezza alimentare, gli indici sono negativi a causa, in parte, del Covid-19 e in parte dell'aumento dei prezzi e dell'incertezza di approvvigionamento causate dai conflitti e dalla riorganizzazione delle filiere della logistica.

Ancora, 150 milioni di bambini nel mondo soffrono di malnutrizione.

Per il Goal 4, Educazione, ventiquattro milioni di studenti non ritorneranno ai loro studi (dalla scuola materna all'Università).

Per il Goal 6, Acqua, negli ultimi trecento anni abbiamo perso oltre l'85% delle zone umide e il tasso non continua a scendere.

Allo stesso modo oltre tre miliardi di persone non hanno accesso ad acqua potabile e sicura.

Secondo il Goal 7, Energia, siamo ancora lontani dall'uso efficiente delle risorse che dovrebbe nutrire i nostri sistemi di produzione e consumo con un tasso di miglioramento annuo dell'1,9% contro il 3,2% atteso.

L'economia globale, Goal 8, e la sua ripresa è ancora ostacolata dalle crisi pandemica e dalla crisi ucraina sotto vari ambiti, dalle catene di logistica all'inflazione, e in particolare modo nel mercato del lavoro dove i tassi di disoccupazione sono alti e la produttività dei lavoratori bassa.

Le aziende cercano di adeguarsi, Goal 9, ma soprattutto per le PMI (Piccole e medie imprese) la difficoltà sono molte: dall'accesso ai finanziamenti ai rischi di chiusura.

Per il Goal 11, le città restano il fulcro dello sviluppo sostenibile ma una maggiore attenzione dovrebbe essere data agli abitanti delle baraccopoli, oggi oltre il miliardo, e alla gestione dei rifiuti urbani.

Di tutti gli obiettivi, quello con il Codice Rosso, è il Goal 13 relativo al Climate Change: le emissioni di CO2 solo nel 2021 sono aumentate del 6% contribuendo, tra gli altri, ad aumentare le probabilità di realizzarsi di scenari pessimistici in termini di disastri ambientali (+40% tra il 2015-2030), siccità, aumento del livello e della temperatura dei mari con vari effetti sulle popolazioni umane, marine e vegetali.

Questi e molti altri indicatori e indici chiedono un'azione forte e convinta di Governi, imprese, società civile e istituzioni per accelerare i programmi di sviluppo sostenibile al fine del raggiungimento dei 17 SDG prefissati nell'Agenda 2030 del 2015.

A livello europeo e italiano la situazione conferma le stesse preoccupazioni del Rapporto globale, pur con delle differenze ed eccezioni. Il rapporto ASviS 2021 apre riconoscendo infatti all'Unione Europea (UE) la qualità di elemento distintivo a livello globale. L'UE si conferma area leader a livello internazionale per le politiche di sviluppo sostenibile. L'integrazione degli SDGs/Obiettivi dell'Agenda 2030 nelle politiche europee e le iniziative introdotte sui temi sociali, economici e ambientali rappresentano, secondo il Rapporto citato, la migliore azione coesa nel mondo. Ricordiamo in particolare le seguenti politiche e integrazioni: EU Green Deal > SDG: 2,3,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15; EconomyFitfordigitalAge > SDG: 4,9; Economy that works for people > SDG: 1,3,5,8,9,10.

Per l'Italia, pur appartenendo al contesto europeo e per questo contribuendo a determinarlo con le proprie politiche e programmi, per lo stesso Rapporto la situazione appare altrettanto grave e i dati riportati mostrano come il progresso verso gli Obiettivi sia a rischio. Anche per l'Italia le analisi devono necessariamente partire dal riconoscimento del contesto attuale e degli ultimi due anni nel quale il Paese si è trovato a operare: in primis il ruolo e l'impatto creato dalla pandemia ma anche la crisi della guerra in Ucraina e gli effetti di entrambi gli eventi alla scala mondiale su vari settori come quello finanziario e logistico.

Stando ai dati, solo 3 Goal su 17 riportano un andamento positivo tra il 2019 e il 2020: sistema energetico (Goal 7), lotta al cambiamento climatico (Goal 13) e giustizia e istituzioni solide (Goal 16). Per altri tre Goal si riporta una stabilità degli indici e degli andamenti: alimentazione e agricoltura sostenibile (Goal 2), acqua (Goal 6) e innovazione (Goal 9).

Per i restanti nove Goal, gli indicatori sono peggiorati; povertà (Goal 1), salute (Goal 3), educazione (Goal 4), uguaglianza di genere (Goal 5), condizione economica e occupazionale (Goal 8), disuguaglianze (Goal 10), condizioni delle città (Goal 11), ecosistema terrestre (Goal 15) e cooperazione internazionale (Goal 1).

Per questo si rimanda all'urgenza della programmazione e dell'azione per avviare, accelerare o invertire il percorso ove possibile nel più breve tempo possibile, ricordando che mancano meno di nove anni alla data prefissata dall'Agenda 2030.







