

Anno scolastico 2021/2022

PRIMA EDIZIONE





il manuale per il docente

# Technology - Digital Literacy



# Il manuale per il docente

	<b>Presentazione</b> di Carlo Sorrentino	<b>4</b>
	<b>1</b> <b>La Cittadinanza digitale per accedere ai servizi della PA</b>	<b>8</b>
	<b>2</b> <b>Le nuove competenze digitali nel mercato del lavoro</b>	<b>14</b>
	<b>3</b> <b>La Cittadinanza digitale per la partecipazione politica</b>	<b>20</b>
	<b>4</b> <b>Campagne di fundraising civico</b>	<b>26</b>
	<b>5</b> <b>I cambiamenti della comunicazione istituzionale nell'era digitale</b>	<b>32</b>
	<b>6</b> <b>Piattaforme e strumenti interattivi per la formazione online</b>	<b>38</b>

	<b>7</b>	<b>Rischi e opportunità dei Social Network, educazione ad un uso responsabile</b>	<b>44</b>
	<b>8</b>	<b>Nuove piattaforme digitali emergenti</b>	<b>50</b>
	<b>9</b>	<b>Nuove dipendenze digitali e strumenti di contrasto</b>	<b>56</b>
	<b>10</b>	<b>La gamification come nuova frontiera dell'educazione</b>	<b>62</b>
	<b>11</b>	<b>Fake news e educazione al fact checking</b>	<b>68</b>

Si ringraziano per i contributi portati alla presente pubblicazione:

Carlo Sorrentino, *Professore Ordinario di Sociologia dei Processi culturali dell'Università degli Studi di Firenze*

Lapo Cecconi, *Fondatore di Kinoa srl, docente di Progettare l'innovazione, Master in Digital Transformation, Università degli Studi di Firenze*

Ester Macrì, *Presidente di ReteSviluppo, docente di Progettare l'innovazione, Master in Digital Transformation, Università degli Studi di Firenze*

© Copyright 2022 by TIM & Osservatorio Permanente Giovani-Editori  
 Curatore dell'editing: Headline Giornalisti  
 Progetto grafico e copertina: Essedicom

# PRESENTAZIONE

## Piccola guida verso il domani

di Carlo Sorrentino

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

Molto a lungo si è creduto che internet fosse un nuovo mezzo di comunicazione di massa e come tale lo si è trattato.

Poi con il tempo, e soprattutto dopo le restrizioni imposte dalla pandemia dal 2020, si è compreso come il digitale sia un vero e proprio nuovo ambiente di vita.

È per questo motivo che ormai sono tanti gli studiosi che ritengono sbagliato, o forse sarebbe più corretto dire inutile, distinguere fra la realtà reale e quella virtuale.

Infatti, la locuzione realtà virtuale, come si sarà notato, è caduta in disuso. La sintesi più fortunata è quella proposta da Luciano Floridi che - superando la distinzione fra *offline* e *online* - descrive le nostre vite come ineludibilmente *onlife*.

Molti di noi vivono quotidianamente in un intreccio di azioni compiute nei propri mondi di vita e altre realizzate grazie alla mediazione di device elettronici.

Ho detto molti e non tutti perché c'è ancora chi, e in Italia continua a essere un numero cospicuo, non ha alcuna frequentazione e dimestichezza con l'ambiente digitale.

Tuttavia, anche queste persone fruiscono di servizi digitalizzati, dal modo attraverso cui i fornitori da cui si servono per fare la spesa si approvvigionano delle merci all'acquisizione di documenti: si pensi, ad esempio, all'ormai irrinunciabile green pass e alle modalità attraverso cui lo abbiamo ricevuto.

Quindi, *onlife* non ci stanno soltanto i nostri studenti, molto spesso da noi biasimati perché con la testa nello schermo

del loro smartphone. Ma ci stiamo - chi più chi meno - tutti noi.

Questa progressiva consapevolezza, sebbene abbia "naturalizzato" il rapporto della maggior parte delle persone con l'ambiente digitale, continua a provocare un dibattito sulle difficoltà che la digitalizzazione potrebbe in teoria produrre nelle relazioni sociali. Obiettivo di queste pagine è scongiurare questo riflesso condizionato; ma certamente non per cadere nel determinismo tecnologico, oppure per esprimere un'entusiastica adesione al "nuovo mondo".

Più semplicemente per descrivere cosa sta succedendo e cosa potrà succedere nell'immediato futuro nelle nostre aule, nelle nostre vite lavorative, nel modo in cui spendiamo il nostro tempo libero. Descrizioni di possibilità, senza esprimere alcuna certezza, né giudizi trancianti.

Anche perché come gestiremo questo cambio totale di paradigma dipende da tutti noi. Dipende da scelte che verranno fatte a livello politico ed economico, ma anche e soprattutto dalla sensibilità che l'opinione pubblica mostrerà nei confronti di alcuni grandi questioni che l'immediato futuro ci pone. A partire dal cambiamento climatico.

La transizione digitale non riguarda soltanto gli esperti o i tecnici, ma tutti noi.

Lo abbiamo capito, come accennato prima, con la pandemia che ci ha costretto in casa, ma consentendoci di continuare una serie d'attività: dalla scuola al lavoro, dal contatto con i parenti lontani, grazie alle videochiamate, allo svolgimento degli esercizi fisici che fino a qualche giorno prima facevamo in palestra.

Chi come noi fa di mestiere il docente sa bene come la didattica a distanza sia cosa ben diversa da quella svolta in presenza. Dunque, quando si parla di transizione digitale non si deve pensare che tutto potrà essere preso e spostato in video, in remoto.

Come spesso mi è capitato di dire negli ultimi due anni, quella realizzata, più che didattica a distanza, andrebbe definita didattica in emergenza. Partita all'improvviso, da un giorno all'altro, senza un minimo di preparazione da parte di docenti e studenti e senza adeguata strumentazione.

Cosa in parte diversa è accaduta con il cosiddetto *smart working*, che per gestire l'emergenza non si è limitato a spostare a casa l'ufficio, assistiti da computer e telefono, ma è riuscito a introdurre a livello aziendale nuove ed efficaci piattaforme di collaborazione non solo a favore della produttività e a garanzia di una continuità di business nell'attuale contesto di emergenza, ma anche a beneficio delle modalità operative tra colleghi.

Fare formazione digitale nel modo più proficuo, richiederà nel tempo la messa a punto di procedure specifiche, tempi d'apprendimento, regole ben definite, priorità da stabilire.

Un duro impegno a cui saremo chiamati tutti.

Questa breve guida serve semplicemente per fornire alcune indicazioni di cosa sta succedendo nei vari ambiti della nostra vita. Ha l'obiettivo di aiutare nello sviluppare una prima, elementare quanto necessaria, consapevolezza.

Ma anche per smentire una rappresentazione sociale della transizione digitale, e quindi del futuro, fatta soltanto di macchine, robot e artificialità. Come se fossimo destinati a cadere in un film di fantascienza oppure in un videogioco.

Infatti, se ci si pensa, se davvero - come molto probabile - molti svolgeranno buona parte delle loro attività lavorative da casa, sarà un ritorno al passato, quando gli agricoltori, che abitavano nei campi che coltivavano, oppure gli artigiani, con la bottega sotto casa, non avevano la nostra netta separazione fra vita familiare e vita lavorativa.

Si potrà liberare così del tempo per riallacciare relazioni sociali, a partire dai propri amici e parenti, così come per affinare le proprie forme di partecipazione alla vita pubblica.







# 1

## **La Cittadinanza digitale per accedere ai servizi della PA**

**di Ester Macrì**

*Presidente di ReteSviluppo, docente di Progettare  
l'innovazione, Master in Digital Transformation,  
Università degli Studi di Firenze*

## In questi ultimi anni abbiamo spesso sentito parlare di cittadinanza digitale, ma sappiamo davvero cos'è?

L'espressione "cittadinanza digitale" riunisce in sé l'insieme di diritti, doveri e possibilità derivanti dall'utilizzo delle nuove tecnologie per semplificare il rapporto tra cittadini, imprese e Pubblica Amministrazione e migliorare l'efficacia dei servizi pubblici offerti da quest'ultima.

Gli strumenti a supporto della cittadinanza digitale sono molteplici, e spaziano dai servizi di comunicazione e pagamento online alla PA, agli strumenti di identità (come la Carta d'Identità Elettronica - CIE - o il Sistema Pubblico di Identità Digitale - l'ormai celebre SPID) e di firma digitale, passando per i servizi digitali offerti dagli enti sanitari o dagli istituti scolastici, e gli open data.

Come sappiamo bene, la pandemia ha notevolmente accelerato i processi di digitalizzazione nella Pubblica Amministrazione, portando al suo interno una vera e propria rivoluzione digitale, un'accelerazione di almeno 10 anni.

Tanti cittadini si sono trovati a sperimentare per la prima volta i numerosi servizi digitali offerti dalle istituzioni pubbliche a tutti i livelli di governo.

Per alcuni dei servizi che già esistevano sono state lanciate campagne di comunicazione per diffondere una maggiore consapevolezza circa la loro esistenza e il loro corretto utilizzo, ma molti altri strumenti e iniziative digitali sono stati lanciati ad hoc per far fronte alle particolari condizioni imposte dalla pandemia.

Tuttavia, quando si parla di rivoluzione digitale e di impatto delle nuove tecnologie sulla società, occorre tenere ben

presente che se da un lato queste trasformazioni hanno spalancato enormi finestre di possibilità per gli individui di migliorare le proprie condizioni di vita e quelle della loro comunità, se non gestite ed organizzate adeguatamente potrebbero condurre a nuove criticità in termini di uguaglianza, innescando questioni etiche e sociali inedite e nuovi rischi in termini di sicurezza pubblica e personale.

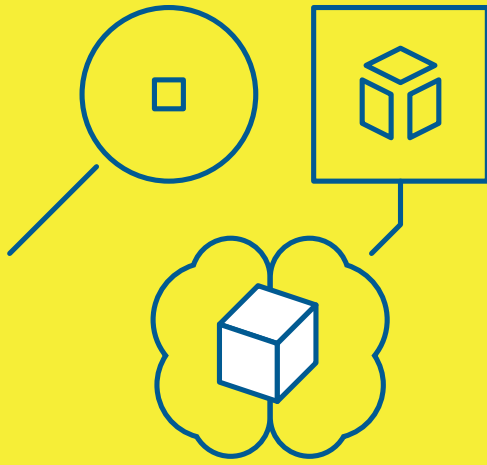
Da una survey condotta nel 2019 dall'Osservatorio Agenda Digitale della School of Management del Politecnico di Milano, emerge che il processo di digitalizzazione mediamente sembra crescere di pari passo con la dimensione dell'ente: i Comuni dotati di diversi servizi completamente fruibili online sarebbero soprattutto quelli di medie e grandi, mentre i comuni di piccole dimensioni, generalmente, si troverebbero ancora a muovere i primi passi nel processo di digitalizzazione.

Quindi, se da una parte questo processo ha permesso a tutti questi soggetti e alla collettività nel suo insieme di portare avanti le loro attività, mantenendo attiva l'erogazione di servizi essenziali, e i rapporti sociali tra gli individui, dall'altro ha anche messo in luce le condizioni di disuguaglianza in termini di accesso alle nuove tecnologie e soprattutto in relazione alla diffusione di competenze digitali adeguate all'interno della popolazione, da anni uno dei maggiori ostacoli al percorso di digitalizzazione economica e sociale del nostro paese.

Secondo gli ultimi dati approssimativamente 25 milioni di italiani non possiedono alcun tipo di competenze o un livello insufficiente di abilità connesse al mondo del digitale. Avere la possibilità di usufruire di numerosi servizi a portata di click, rinunciando a lunghe code interminabili agli sportelli, è una nuova modalità di gestione delle







# 2

## **Le nuove competenze digitali nel mercato del lavoro**

**di Ester Macrì**

*Presidente di ReteSviluppo, docente di Progettare  
l'innovazione, Master in Digital Transformation,  
Università degli Studi di Firenze*

**Analizziamo ora la cittadinanza digitale sotto un altro suo aspetto, cioè come la capacità di un individuo di avvalersi responsabilmente dei mezzi di comunicazione virtuali per poter usufruire di servizi in Rete, in un'ottica di sviluppo del pensiero critico.**

La cittadinanza digitale, nella definizione più semplice, è rappresentata dalla capacità del cittadino di partecipare alla vita online.

La cittadinanza digitale ha senza dubbio determinato la nascita di nuove opportunità, non solo in termini di uso e consumo, ma anche di lavoro e di crescita.

Al fine di permettere un pieno e completo sviluppo digitale nel nostro Paese, servono figure professionali esperte; figure che sappiano digitalizzare le azioni, dalle più semplici a quelle più complesse.

Ma quali competenze devono avere queste nuove figure? Precisiamo che le nuove figure nascenti non sono soltanto tecnici, esperti di intelligenza artificiale o ingegneri, ma anche profili umanistici che sappiano guidare le aziende, le Pubbliche Amministrazioni e gli altri enti verso una digitalizzazione passo dopo passo, senza creare disordini o licenziamenti.

La trasformazione digitale del Paese non è una sfida puramente tecnologica, ma riguarda anche le competenze: le nuove modalità di organizzare la produzione, la



progettazione, la comunicazione e il rapporto con i cittadini, gli enti, le aziende necessitano infatti di manager e professionisti con qualifiche specifiche e una mentalità in linea con le caratteristiche di questo mutamento.

Cosa possiamo fare con i ragazzi per prepararli a questo nuovo mondo del lavoro?

Riprendendo le linee guida del MIUR sull'Educazione civica a scuola *"l'individuo deve essere in grado di avvalersi consapevolmente e responsabilmente dei mezzi di comunicazione virtuali, in un'ottica di sviluppo del pensiero critico, sensibilizzazione rispetto ai possibili rischi connessi all'uso dei social media e alla navigazione in Rete, e contrasto del linguaggio dell'odio"*.

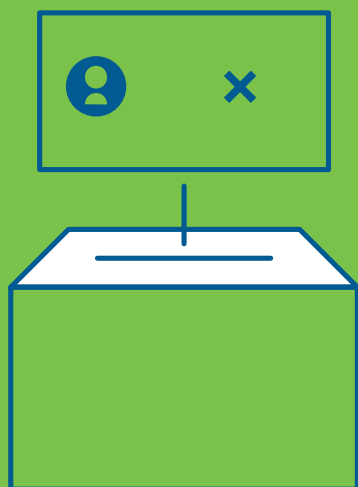
Per identificare quali competenze siano necessarie l'Unione europea ha proposto un quadro per le competenze digitali dei cittadini, il **DigComp**.

Il DigComp identifica le componenti fondamentali della competenza digitale, suddividendole in cinque aree:

1. informazione e data literacy, ovvero la capacità di identificare le proprie esigenze di informazione, individuarle nella Rete, cogliere i dati e i contenuti adatti, giudicarne l'affidabilità e la rilevanza, saperli archiviare e gestire;
2. comunicazione e collaborazione: saper comunicare, interagire e collaborare attraverso le tecnologie digitali, con rispetto e consapevolezza delle diversità culturali e generazionali; saper gestire la propria identità e reputazione digitale, conoscere le norme di comportamento in Rete;
3. creazione di contenuti digitali: saper creare e modificare contenuti digitali, anche integrando informazioni







# 3

## **La Cittadinanza digitale per la partecipazione politica**

**di Lapo Cecconi**

*Fondatore di Kinoa srl, docente di Progettare  
l'innovazione, Master in Digital Transformation,  
Università degli Studi di Firenze*

## **Sempre più stanno emergendo forme nuove di partecipazione sociale, economica e politica in cui forte è la spinta della rivoluzione digitale in atto.**

La pandemia ha, non solo accelerato tali processi digitali nella Pubblica Amministrazione, ma anche velocizzato l'insegnamento e l'apprendimento della digitalizzazione ad alcune categorie di lavoratori e cittadini, si pensi ad esempio allo smart working, alla didattica a distanza, alle semplici videochiamate.

È forse per questi motivi che iniziano a diffondersi nuovi modelli di partecipazione alla vita politica. Si pensi alla firma per un referendum attraverso lo SPID (Sistema Pubblico di Identità Digitale), possibile grazie al passaggio obbligatorio, avvenuto di recente, per poter accedere a tutti i sistemi della Pubblica Amministrazione.

Inoltre, lo SPID certifica con sicurezza il possessore dell'identità, non è possibile sostituirsi ad altri, quindi diventa un buon modo per gestire pratiche sensibili e che toccano le scelte personali di una persona.

Inoltre, la partecipazione politica si rivoluziona sotto l'aspetto dei percorsi partecipativi. Coinvolgere i propri cittadini all'interno di decisioni comunali, regionali o nazionali può diventare ancora più semplice se si usano gli strumenti digitali che abbiamo a disposizione.

Chiedere un parere attraverso una semplice email, organizzare una riunione su Meet, far inserire progetti sulla piattaforma dedicata, per poi essere presi in considerazione, permettono una reale partecipazione del cittadino e,

soprattutto, comportano un minor rischio di perdere le idee o i progetti da portare avanti.

Durante la pandemia molti dei tradizionali processi partecipativi delle pubbliche amministrazioni hanno subito una battuta d'arresto, ma altri sono riusciti ad andare avanti grazie al supporto della tecnologia. Sono stati organizzati tavoli di lavoro e di discussione a distanza, o creati veri e propri siti web dedicati al confronto e alla discussione, con possibilità di voto online per le proposte dei cittadini.

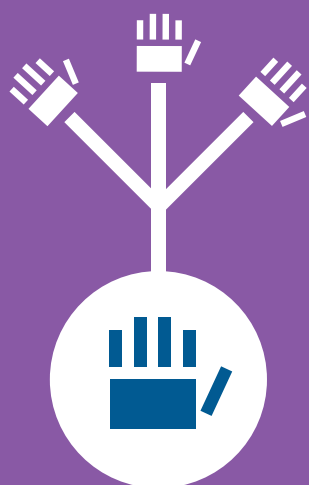
Imparare ad usare queste metodologie ci porta verso una condivisione sociale più ampia e a portata di tutti, senza innescare discriminazioni di alcun tipo.

I limiti di questo tipo di partecipazione stanno soprattutto nell'aspetto del coinvolgimento e dell'inclusività del sistema. Infatti, i processi partecipativi già risentono del fatto che vi partecipano soltanto gli individui più motivati e più interessati al tema, mentre le categorie più svantaggiate o a rischio, che pur avrebbero interesse nel sostenere la propria opinione, raramente partecipano. Il trasferimento del processo nel mondo digitale non fa che esacerbare questo fenomeno, aggiungendo al divario culturale e sociale anche quello digitale.









# 4

## **Campagne di fundraising civico**

**di Lapo Cecconi**

*Fondatore di Kinoa srl, docente di Progettare  
l'innovazione, Master in Digital Transformation,  
Università degli Studi di Firenze*

**Oggi, per sostenere un progetto abbiamo la possibilità di raccogliere fondi in diversi modi: da quelli più classici a quelli più innovativi. Tra questi ultimi c'è il fundraising civico, sviluppatosi di recente.**

Le campagne di fundraising possono risultare estremamente utili per sostenere una causa e dare vita ad un qualsiasi progetto imprenditoriale, in special modo per le startup. Si tratta dell'insieme delle attività, tra marketing e comunicazione, che un'organizzazione no profit mette in atto per raccogliere dei fondi economici utili a raggiungere determinati scopi.

Al contrario di quanto avviene nel crowdfunding, in cui a raccogliere fondi ci pensano piattaforme telematiche come Indiegogo, Kikstarter, nel fundraising è necessaria la presenza di una figura dedicata che inciti i potenziali investitori.

Chiunque può avviare una campagna di raccolta fondi online per un'organizzazione no profit o un progetto di proprio interesse. Grazie ai social network e alle piattaforme di donazione online tutti possono essere potenziali fundraiser. Si parla infatti di *digital fundraising*: una forma di raccolta di fondi che avviene attraverso la comunicazione e i sistemi di pagamento digitali.

Chi sostiene la campagna viene definito *personal fundraiser*, ovvero un sostenitore che decide di non limitarsi a donare, ma di fare un passo in più, attivandosi in prima persona nella raccolta fondi. Ci mette la faccia, si espone in prima persona per promuovere e sostenere un progetto o un'organizzazione.

Gli elementi necessari per avviare una campagna di fundraising efficace sono pochi:

- sostenitori singoli o in squadra che siano disponibili a donare il proprio tempo, le proprie relazioni e, ovviamente, fare la prima donazione, pena la non credibilità;
- una causa o un progetto concreto per cui chiedere;
- una piattaforma per le donazioni online (alcuni social network hanno questa opzione integrata);
- un coordinatore che diriga e segua le operazioni;
- metodo e strumenti per facilitare e accompagnare i personal fundraiser nell'attività di raccolta fondi e attivazione delle proprie cerchie relazionali.

Al fine di portare al successo la campagna e la sua buona riuscita sono necessari 6 fattori e le dimensioni chiave che possono influire: la qualità della rete e la governance del fundraising, il progetto, le competenze del team, le risorse (budget e tempo), la buona causa e il territorio.

Il rapporto fra fundraising e andamento delle azioni di progetto è molto stretto pertanto anche chi si occupa di raccolta fondi e di attivazione della comunità deve essere in grado di riprogettare gli interventi che non funzionano ricalibrandoli sulle azioni che mostrano di richiamare più visibilità e più consenso.

Il fundraising si applica a tutti i settori, prendiamo in considerazione quello civico.

Il fundraising civico è finalizzato alla raccolta fondi tramite campagne di sensibilizzazione riguardanti, ad esempio, il rifacimento di una piazza oppure alla ristrutturazione di un bene architettonico. La campagna, in questo caso specifico, viene promossa e portata avanti dalla Pubblica Amministrazione di riferimento; promuovendo tale coinvolgimento i cittadini si sentono ancora più partecipi









# 5

## **I cambiamenti della comunicazione istituzionale nell'era digitale**

**di Lapo Cecconi**

*Fondatore di Kinoa srl, docente di Progettare  
l'innovazione, Master in Digital Transformation,  
Università degli Studi di Firenze*

## **L'interno della Pubblica Amministrazione ha visto di recente notevoli e importanti cambiamenti, i più significativi e visibili ai cittadini riguardano i servizi e le modalità di approccio dell'ente.**

Ma al suo interno è cambiata anche la comunicazione, il modo con cui si parla ai cittadini, gli strumenti con i quali si comunica e così via.

Portare questi cambiamenti durante una rivoluzione digitale è una sfida per la Pubblica Amministrazione.

Ogni novità introdotta in un contesto organizzato genera, in ogni caso, una risposta che mette in discussione tutti gli elementi che lo compongono.

È quanto accaduto alla comunicazione pubblica con l'introduzione delle tecnologie digitali: sono aumentati i soggetti attori della comunicazione che si stanno organizzando in strutture di rete sempre più complesse; i destinatari chiedono di intervenire nei processi decisionali, dialogano attraverso i social network, sono sempre più autonomi nella ricerca e nella fruizione dell'informazione; gli oggetti della comunicazione hanno visto l'affermazione della forza dell'ipertesto che permette di comporre una comunicazione multimediale; i mezzi a disposizione non sono stati mai tanto numerosi e vengono utilizzati secondo strategie multicanale.

Col Web 2.0 si assiste alla nascita del cittadino digitale, tutto si trasforma: la comunicazione diventa "liquida", inorganica, mutabile nel tempo. I contenuti vengono in primo piano rispetto ai contenitori. Internet prende il posto della piazza,

delle associazioni, delle assemblee, dei ritrovi.

È l'evoluzione della comunicazione dove l'utente, svincolato dal classico ruolo passivo, assume un ruolo più dinamico nel processo che coinvolge le fasi di creazione, produzione, distribuzione e consumo delle informazioni.

Internet è divenuto lo strumento principale per ottemperare agli obblighi di trasparenza, per erogare servizi online, per pubblicare dati 'aperti' e per informare in modo chiaro, corretto e tempestivo sulle attività dell'amministrazione.

Contestualmente, la diffusione dei social network e l'importanza che hanno assunto nel quotidiano, richiedono spesso di integrare la comunicazione, sul sito web, con una corretta e adeguata attività di interazione sulle reti sociali.

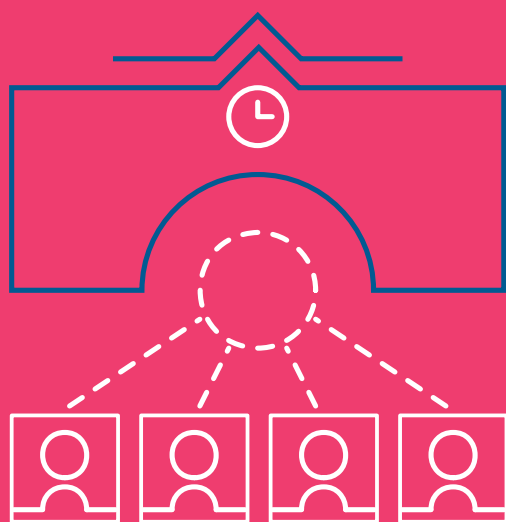
Il web, in particolare, rappresenta ad oggi il canale più utilizzato per l'erogazione di servizi istituzionali e quello che meglio può sfruttare le tecnologie disponibili: siti e portali stanno diventando veri e propri "sportelli virtuali", "punto di accoglienza e di accesso per un bacino di utenza potenzialmente, e auspicabilmente, molto più esteso e diversificato di quello di qualunque sportello tradizionale".

Attraverso i siti, infatti, le amministrazioni hanno il compito di garantire un'informazione completa e trasparente sulla loro attività; curare la propria immagine coordinata; promuovere contatti con cittadini, imprese e altri enti; far conoscere e facilitare l'accesso a servizi informativi e transazionali che devono essere utili, facilmente reperibili, fruibili e in costante aggiornamento.

La comunicazione oggi non si realizza nelle piazze, ma in luoghi pubblici all'interno dei mass media e dei new media, spazi non localizzati che non richiedono presenze fisiche e compartecipazioni, ma consentono lo sviluppo di un







# 6

## **Piattaforme e strumenti interattivi per la formazione online**

**di Ester Macrì**

*Presidente di ReteSviluppo, docente di Progettare  
l'innovazione, Master in Digital Transformation,  
Università degli Studi di Firenze*

## **Tra le tante trasformazioni innescate dalla pandemia troviamo anche un nuovo bisogno e desiderio: formarsi online.**

Con la didattica a distanza (DAD) si è iniziato a concepire la scuola e le modalità delle lezioni tradizionali in maniera differente. Proprio grazie a questa spinta, molte piattaforme di formazione online hanno iniziato a crescere e a migliorare.

Tra i maggiori vantaggi di questa pratica ci sono lo sfruttamento delle molteplici forme di conoscenza e i canali di acquisizione e manipolazione interattiva di informazioni che il digitale può offrire per favorire lo sviluppo di abilità legate al pensiero critico, flessibilità cognitiva, adattabilità e capacità di manipolare contenuti diversi.

Come sappiamo, il digitale ha un enorme potenziale sull'apprendimento in forma autonoma e per lo sviluppo del principio del cosiddetto lifelong learning. È proprio nell'ottica dell'apprendimento continuo e dello sviluppo delle abilità legate al processo di apprendimento stesso che i media digitali possono apportare i maggiori benefici per gli individui.

Dalle numerose piattaforme che offrono corsi di qualsiasi tipo in forma gratuita o a pagamento, ai corsi universitari online, passando per i più informali video tutorial di YouTube e per i portali che aggregano notizie, dati, articoli scientifici da tutto il mondo, la mole di risorse, la quantità di conoscenza che un individuo dotato di un dispositivo connesso in rete può reperire e assimilare attraverso il web è senza precedenti nella storia dell'umanità.

Si riportano di seguito alcune piattaforme utili alla formazione



online:

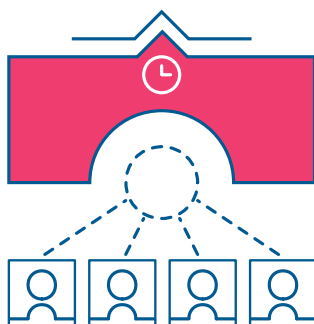
- Coursera: offre corsi universitari gratuiti in formato Massive Open Online Courses (Mooc) e dal 2014 coinvolge università ed enti operanti nel campo dell'istruzione superiore;
- YouTube: offre tutorial gratuiti, bisogna prestare attenzione a chi li eroga.

Per quanto riguarda la formazione online interattiva da proporre in classe si segnalano:

- **eApp**: è una piattaforma di microlearning mobile-first che permette di creare contenuti eLearning ben progettati e altamente interattivi. Quando si crea un corso, si può scegliere da una libreria di contenuti reattivi giochi e modelli di quiz che permettono di creare materiali di apprendimento in minuti o ore. Se si hanno già dei corsi PowerPoint si possono anche caricare sullo strumento di authoring di EdApp e trasformarli in corsi di micro apprendimento in pochi minuti. Attraverso lo strumento di gamification e-Learning è possibile trasformare i contenuti e-Learning in giochi simili a smartphone che motivano gli studenti a completare i loro corsi divertendosi.
- **AdaptiveU**: è possibile creare corsi reattivi simili a pagine web attraverso il loro software di authoring all-in-one basato su cloud e la piattaforma LMS. Basta copiare e incollare il testo della lezione, aggiungere link ad articoli rilevanti e allegare immagini o video. Per aiutare gli studenti a conservare meglio il materiale, si possono anche aggiungere controlli a scelta multipla e vero o falso in tutto il corso.
- **aNewSpring** integra i concetti fondamentali dell'apprendimento misto, dell'apprendimento adattivo e dell'apprendimento sociale nel loro potente strumento di

e-Learning. Con l'apprendimento misto in mente, hanno fornito ai formatori una lista diversificata di attività di apprendimento tra cui scegliere. Alcune di queste attività includono webinar, test randomizzati, strumenti di riflessione, sondaggi, videoconferenze e una soluzione di apprendimento unica chiamata Memo Trainer retention training. Come funzione di rinforzo, Memo Trainer si adatta a ogni studente, gli fornisce esercizi intelligenti e ripete le informazioni in base alle sue lacune di conoscenza. Attraverso questa tecnica di apprendimento adattivo, gli studenti possono conservare meglio le nuove informazioni nella loro memoria a lungo termine

Al giorno d'oggi ci sono davvero tanti strumenti e piattaforme che permettono di rendere l'apprendimento un gioco, anche a livello aziendale, di monitorare i progressi degli studenti e di personalizzare in modo semplice e veloce i corsi da proporre. Inoltre, si semplifica il processo di organizzazione della formazione grazie a queste piattaforme che anche le aziende stanno considerando per intraprendere una formazione continua più facilmente accessibile.







# 7

## **Rischi e opportunità dei Social Network, educazione ad un uso responsabile**

**di Ester Macrì**

*Presidente di ReteSviluppo, docente di Progettare  
l'innovazione, Master in Digital Transformation,  
Università degli Studi di Firenze*

**Quando si parla di innovazione digitale non si può non parlare dei social network, che di per sé non sono pienamente innovativi nell'uso di particolari tecnologie, ma sono innovativi per il loro essere riusciti a cambiare la condivisione di contenuti, il modo di relazionarsi e conoscere persone e di passare il tempo libero, la vendita di prodotti, le forme della partecipazione politica, la fruizione delle notizie, i processi lavorativi e anche di ricerca del lavoro.**

Uno dei maggiori punti di forza dei social network è la loro continua capacità di rinnovamento. Gli stimoli generati dalla forte concorrenza e i feedback provenienti dalla stessa community spingono i team di sviluppatori a lavorare senza sosta per creare nuovi strumenti e funzionalità da implementare nella piattaforma, in modo da amplificare le capacità espressive degli utenti già presenti sul social e attrarne sempre di nuovi.

Secondo gli ultimi dati, in Italia sono 41 milioni le persone attive su almeno un social network: più di due italiani su tre, quindi, navigano su una piattaforma di questo tipo per una media di un'ora e 52 minuti al giorno. In vista di questi numeri è bene essere a conoscenza di tali strumenti, dei rischi, delle opportunità, delle interazioni che i ragazzi hanno con questi strumenti.

I maggiori rischi che si possono riscontrare, dal punto di vista educativo, sono sul piano cognitivo: la loro diffusione, infatti, favorisce quello che è stato definito *zapping cognitivo*, riguarda in particolar modo le giovani generazioni, molto abili nel gestire il flusso di informazioni provenienti dai media e sempre più protagoniste nei cambiamenti delle forme di comunicazione e di apprendimento. Si tratta però di uno stile che, se non ben interpretato, può portare a depotenziare la lettura dei testi e con essa lo spirito critico, riducendo anche il coinvolgimento della corporeità.

Inoltre, i media possono provocare ulteriori rischi quando tendono a fare il paio con edonismo e consumismo: se non ben indirizzati, possono farsi veicolo di nuove forme di narcisismo e avere conseguenze critiche sulla costruzione della propria identità.

Ulteriori rischi sono quelli relativi al cyberbullismo, alle fake news e alla privacy.

Qual è il modo migliore per far fronte a questi rischi?

Il pensiero critico. Grazie ad esso si sviluppa la capacità di pensare con la propria testa, di non lasciarsi condizionare dalle correnti o dai leader d'opinione (autonomia).

Ci sono tre compiti basilari che i servizi educativi per la prima infanzia, la scuola e la famiglia sono chiamate a svolgere:

- saper usare consapevolmente i media: significa che gli adulti e i bambini/ragazzi dovrebbero collaborare per scoprire le caratteristiche dei nuovi media;
- saperli comprendere e interpretare criticamente: riguarda gli adulti, chiamati ad offrire esempi di fruizione attivi e consapevoli, ma anche a regolare contenuti, tempi e modi di tale fruizione, per evitare che l'infanzia venga catturata da tali strumenti;
- saperne sviluppare creativamente le potenzialità: significa

accompagnare l'infanzia affinché, gradualmente, riesca a procedere a una ricerca di funzionalità che azioni processi razionali in modo costruttivo ed originale.

Inoltre, va educata la capacità di creare e mantenere un rapporto sano con le tecnologie, utilizzando gli strumenti digitali per raggiungere i nostri obiettivi e non come ostacolo o distrazione, è una prerogativa fondamentale per poter cogliere appieno i vantaggi che esse offrono.

In questo senso un ruolo fondamentale è quello rivestito dalla formazione: informare ed educare gli individui - a partire proprio dai giovanissimi - in relazione a un uso corretto dei dispositivi digitali è il primo passo per aiutare alcuni di loro a migliorare il loro rapporto con le tecnologie. Senza dimenticare che un aiuto fondamentale in termini di comunicazione, capacità espressiva nella creazione di contenuti e interazione può venire proprio dalle tecnologie stesse. Solo così potremo davvero costruire una vita onlife più sana, perché capaci di tutelare la nostra salute fisica e mentale, e migliore, perché a misura d'uomo.

## Fonti

**MEDIA EDUCATION 0-6** Cosimo Di Bari (Curatore), Alessandro Mariani (Curatore); Anicia (Roma), 2018

**Il corpo e la macchina. Tecnologia, cultura, educazione**  
Pier Cesare Rivoltella, Pier Giuseppe Rossi; Morcelliana, 2019

---



---



---



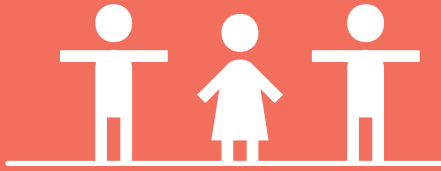
---



---







# 8

## **Nuove piattaforme digitali emergenti**

**di Lapo Cecconi**

*Fondatore di Kinoa srl, docente di Progettare  
l'innovazione, Master in Digital Transformation,  
Università degli Studi di Firenze*

## Viviamo nell'epoca del Digital Entertainment, una sala d'intrattenimento aperta 24 ore su 24 per chiunque disponga di un dispositivo digitale connesso in rete.

Il *Digital Entertainment* fa riferimento a tutte quelle forme di passatempo, intrattenimento e svago veicolate dai nuovi media e dalle piattaforme digitali, quali videogiochi, film e serie tv in streaming, musica, video e podcast.

Uno dei maggiori punti di forza del *Digital Entertainment* rispetto alla concorrenza tradizionale è proporre forme di intrattenimento innovative, disegnate sulle spinte propulsive dettate tanto dai nuovi sviluppi tecnologici quanto dalle esigenze e dalle nuove tendenze nelle preferenze di consumo degli spettatori.

I ragazzi sono i primissimi fruitori di queste nuove app, in particolare prendiamo in considerazione Twitch, Patreon, OnlyFans.

**Twitch** è una piattaforma di live streaming di proprietà di Amazon.com. È stata lanciata il 6 giugno 2011 come spin-off della piattaforma di streaming generico Justin.tv. Il sito consente principalmente lo streaming di videogiochi ed era leader del settore nelle trasmissioni di eventi e competizioni eSports. I contenuti possono essere visti sia in diretta sia on demand. Inoltre, si possono supportare i creatori di contenuti attraverso donazioni o abbonamenti (mensili); si possono utilizzare le chat in tempo reale, comunicando sia con gli altri utenti sia con il creatore di contenuti.

**Patreon** è una piattaforma Internet che permette ai creatori di contenuti di finanziare i loro contenuti, attraverso una sottoscrizione. È diffuso tra i produttori di video, artisti, autori di podcast e altre categorie di utenti che necessitino di pubblicare regolarmente propri contenuti on line. Permette agli artisti di ricevere direttamente le donazioni dai propri fan definiti patrons ("patroni", "benefattori", "mecenati").

Il progetto è nato nel 2013 e ha sede a San Francisco.

**OnlyFans** è un sito web che offre un servizio di intrattenimento tramite abbonamento con sede a Londra. I creatori di contenuti possono guadagnare denaro dagli utenti che si iscrivono ai loro contenuti. Questo sito è popolare nel settore dell'intrattenimento per adulti, ma ospita anche contenuti di altri generi come esperti di fitness e altri tipi di creatori che pubblicano regolarmente online.

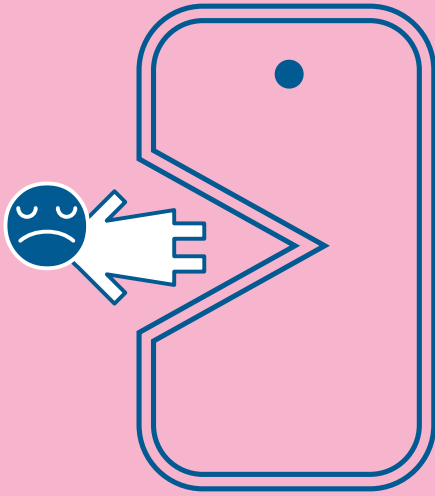
Le nuove piattaforme nascono anche dalle esigenze del pubblico, a cui si cerca di dare una risposta, a volte cambiando il prodotto in corso d'opera. OnlyFans è nato per i creatori di contenuti, col passare del tempo si è costruita una sua nicchia interna per l'intrattenimento degli adulti, nonostante questo non fosse lo scopo iniziale del creatore del sito web.

Non bisogna guardare a queste piattaforme con sospetto, nascono e si diffondono come le app; sono coinvolgenti e di facile condivisione. Un eventuale loro uso scorretto non deve essere attribuito alla piattaforma quanto agli utenti che condividono i contenuti.

Bisogna indirizzare i ragazzi ad un uso responsabile e creativo di queste piattaforme, al fine di creare ambienti sociali e di community aperti a tutti.









# 9

## **Nuove dipendenze digitali e strumenti di contrasto**

**di Ester Macrì**

*Presidente di ReteSviluppo, docente di Progettare  
l'innovazione, Master in Digital Transformation,  
Università degli Studi di Firenze*

**Le “nuove dipendenze” sono quelle portate non soltanto da sostanze chimiche o naturali (come le classiche dipendenze da alcol, droga etc) ma dell’incapacità di fare a meno di qualcosa che non è una vera e propria sostanza.**

Durante la pandemia da COVID-19 e in particolar modo durante il primo lockdown del marzo 2020, molte persone, soprattutto adolescenti, si sono trovate ad affrontare una realtà diversa da quella abituale.

Chiusi in casa, “isolati”, senza la possibilità di avere veri e propri contatti umani.

Per ovviare a questo problema molti adolescenti, e non solo, si sono rifugiati nelle piattaforme online, social network e gaming. Ciò ha prodotto una veloce e profonda identificazione del singolo in una comunità apparentemente perfetta.

Alcune forme, anche lievi, di dipendenza, sono date dalla difficoltà di gestire i tempi di utilizzo dello smartphone, anche in termini di digital wellbeing, e dall’azione di scorrere compulsivamente i feed dei Social Network.

Tik Tok ha sicuramente esacerbato questo fenomeno, introducendo un feed che obbliga l’utente a scorrere con il dito per passare da un video ad un altro.

Anche il formato estremamente breve dei video su TikTok, quindici secondi, fa in modo che l’utente passi al video successivo senza essersi annoiato del video precedente; una procedura che incentiva la dipendenza.

Oltre all'aumento di queste dipendenze e a un'impennata dei casi di disturbi del comportamento alimentare e di autolesionismo negli adolescenti, si è riscontrato nell'ultimo anno anche un notevole aumento dei casi di dipendenza da binge watching e casi internet gaming disorder.

Queste dipendenze portano ad una gratificazione immediata, ma ad una più dura conseguenza nel lungo periodo, cioè la ricerca dell'anonimato e la negazione del proprio agire.

Per "Binge watching" (letteralmente "abbuffata di tv") si intende l'abuso irrefrenabile a rimanere incollati davanti alle serie tv, prodotto da svariati motivi quali l'eccesso di noia, il rifugio in qualcosa che sembra perfetto (commedie romantiche, rapine eclatanti che hanno un lieto fine).

Questo fenomeno è sicuramente incentivato dal diffondersi delle piattaforme di streaming in cui è possibile, a basso costo, vedere una grande mole di differenti serie tv e film provenienti da tutto il mondo. Se prima per vedere la prossima puntata della mia serie tv preferita dovevo attendere almeno una settimana, adesso tutte le puntate sono a portata di clic, ciò consente di "divorare" un filmato dietro l'altro senza interruzione.

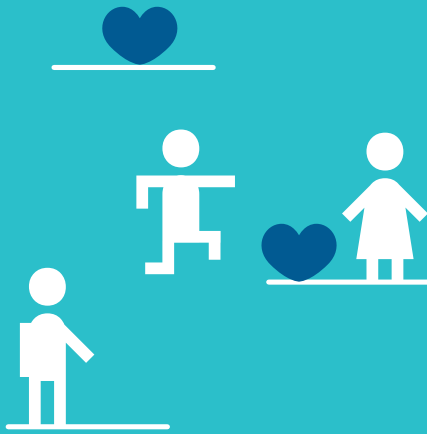
Per "internet gaming disorder" si intende invece un vero e proprio disturbo che consiste nell'incapacità di un soggetto di far a meno dell'utilizzo del web gaming.

Questo fenomeno può portare ad una serie di sintomi cognitivi e comportamentali tra cui la perdita di controllo e l'astinenza. Chi soffre di "internet gaming disorder" fa un uso compulsivo ed eccessivo dei videogiochi e ciò interferisce con la sua vita quotidiana.

Nei casi più gravi può portare a un vero e proprio ritiro sociale, con la rinuncia, da parte del ragazzo, ad ogni forma







# 10

## **La gamification come nuova frontiera dell'educazione**

**di Lapo Cecconi**

*Fondatore di Kinoa srl, docente di Progettare  
l'innovazione, Master in Digital Transformation,  
Università degli Studi di Firenze*

## **L'educazione è un processo dinamico e in quanto tale cambia, si modifica nel corso del tempo, anche in base alle esigenze sociali.**

La *gamification* è uno dei tanti metodi educativi nuovi e innovativi.

Essa utilizza le strutture tipiche dei giochi e dei videogame per facilitare operazioni in altri contesti. Si intende l'utilizzo e l'inserimento di elementi ludici e di tecniche ludiche in luoghi e attività che ludici non sono.

La logica che sottende alle diverse forme di *gamification* si può ricondurre alle teorie del behaviorismo basate sul paradigma stimolo-risposta, uno stimolo di tipo ludico, che va a rafforzare il comportamento di un soggetto perché gli procura piacere.

Si può ricondurre anche alla teoria del *learning by doing* di Dewey, del *learning how to learn* di Bruner, nel costruttivismo, soprattutto quello piagetiano (il gioco simbolico dello stadio pre-operatorio), sino al connettivismo di George Siemens.

Gli studi dimostrano che tradurre gli obiettivi educativi, attraverso sfide emozionanti, sul modello dei videogiochi, appaghi il bisogno di competenza e aumenti la significatività percepita del compito.

I videogame sono in grado di stimolare motivazione, interesse, creatività, senso di appartenenza e felicità, ci aiutano a concretizzare i nostri obiettivi e portano alla luce il meglio di noi, sentimenti che si traducono in risorse immediatamente spendibili nelle attività quotidiane.

La *gamification* non richiede necessariamente l'uso dei



videogiochi. È possibile “gamificare” le attività anche simulando in modo analogico.

In epoca pre-digitale, si era già pedagogizzato il detto “ludendo docere” attraverso la ludodidattica: tale strategia trovò definizione a partire dai lavori dei noti pedagogisti Vygotskij e Piaget, tra i primi a comprendere il ruolo evolutivo del gioco e la sua funzione formativa. Attraverso l’esperienza e il fare viene appreso il 70% delle informazioni e solo il 10% è acquisito tramite didattica frontale (Modello 70:20:10).

In questa pratica, il ruolo dell’insegnante non consiste solo nel progettare un’attività più divertente, ma deve combinare gli elementi del gioco con un buon design didattico che incorpori attività attraenti e stimolanti, in modo che guidino l’esperienza dello studente verso lo sviluppo delle competenze attese al livello indicato. Inoltre, l’insegnante deve prima stabilire un obiettivo per il quale vuole implementare questo strumento.

Il Ministero dell’Istruzione, dell’Università e della Ricerca incentiva da tempo l’utilizzo del gaming e della gamificazione a scuola.

Ne è un esempio il Piano Nazionale Scuola Digitale, che sostiene l’utilizzo delle tecnologie digitali e il Premio Scuola Digitale che mira a promuovere progetti innovativi nell’ambito della didattica, tra cui l’utilizzo di gaming e gamification, centrati su studenti/studentesse, come soggetti in continua formazione, integrando la cultura multimediale con quella scolastica e familiare attraverso un’educazione ai, con e per i media.

---

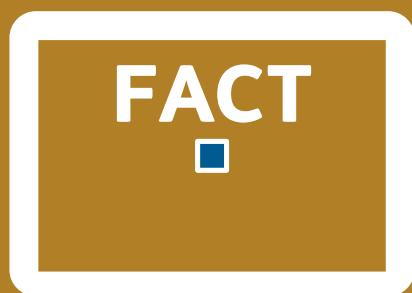
---

---

---







**CHECK**

# 11

## ***Fake news e educazione al fact checking***

**di Lapo Cecconi**

*Fondatore di Kinoa srl, docente di Progettare  
l'innovazione, Master in Digital Transformation,  
Università degli Studi di Firenze*

**L'espressione fake news è entrata ormai nel nostro linguaggio quotidiano e la digitalizzazione è spesso individuata come la loro principale causa.**

Tuttavia, quando parliamo di cattiva informazione dobbiamo necessariamente distinguere tra disinformazione, cioè l'azione inconsapevole di diffondere una notizia non vera ma plausibile, e la disinformazione vera e propria, cioè quando consapevolmente si diffonde una notizia falsa, con lo scopo di creare disagio.

La disinformazione esiste da sempre, ma sicuramente l'avvento di Internet e dei social media ha contribuito alla sua espansione. Rispetto alle tradizionali notizie false o "bufale mediatiche", le *fake news* si caratterizzano per la loro apparente plausibilità, una verosimiglianza la cui credibilità fa spesso leva su pregiudizi e percezioni distorte diffuse presso la popolazione target del messaggio.

In un contesto mediatico caratterizzato da un ampio numero di fonti informative, spesso non differenziate per autorevolezza e credibilità, dove chiunque può produrre contenuti in modo immediato, a basso costo e con altissime potenzialità di distribuzione, le *fake news* hanno trovato terreno fertile per proliferare e diffondersi, in particolare attraverso i social media e la condivisione tra persone e gruppi della stessa cerchia di interessi e opinioni.

Proprio il forte appello all'emozione e alle convinzioni personali a scapito di fatti obiettivi e verificabili rende questo tipo di "notizie" motore propulsivo della cosiddetta *post-*

*verità*, intesa come condizione in cui le evidenze della realtà risultano meno influenti nell'orientare l'opinione pubblica dei richiami ai propri convincimenti preesistenti e a impulsi interiori d'insondabile radice psicologica e sociale.

Se da una parte il web permette a chiunque di far sentire la propria voce; dall'altra, la disintermediazione porta alla perdita di credibilità. L'attendibilità di un'informazione rischia di non essere più misurata sulla sua scientificità ma sulla base di like, commenti, condivisione ed anche in base alla viralità della notizia.

La disinformazione, soprattutto quella creata in modo intenzionale per finalità strategiche, trova maggior supporto proprio nel nostro agire come soggetti attivi della rete. Inconsapevolmente, possiamo essere noi stessi diffusori di notizie false nel momento in cui facciamo circolare voci o storie a cui diamo credito senza prima verificarne la veridicità.

L'era della post verità si caratterizza per alcune tendenze:

1. l'emozione prevale sulla ragione;
2. la disinformazione sull'informazione;
3. la menzogna sulla verità.

Ma come combattere la disinformazione?

Cresce l'interesse per l'educazione nelle scuole al "fact checking", ossia educare gli studenti nell'affrontare e quindi riconoscere le fake news. In cosa consiste il "fact checking"? Esaminare le fonti, evidenziare i fattori di distorsione, leggere i messaggi a fondo, analizzare gli argomenti che sorreggono le affermazioni, considerare i tempi, distinguere i codici (satira, umorismo, retorica...), consultare gli esperti, verificare la credibilità dell'autore.

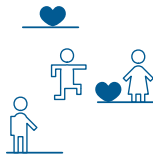
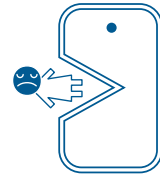
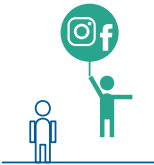
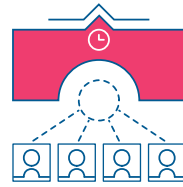
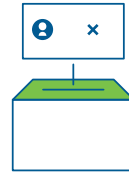
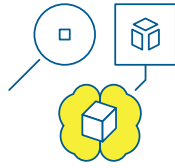












[osservatorioonline.it](https://osservatorioonline.it)