

IL QUOTIDIANO IN CLASSE

IL QUOTIDIANO IN CLASSE

**a cura
dell'Osservatorio
for independent thinking**

© Copyright 2026
by Osservatorio for independent thinking
Coordinamento editoriale: Osservatorio for independent thinking
Realizzazione: Essedicom, Firenze
Progetto grafico e copertina: Essedicom, Firenze
Fotocomposizione e impaginazione: Essedicom, Firenze

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



CORRIERE DELLA SERA

la Repubblica

Il Sole 24 ORE



IL GIORNO

il Resto del Carlino

LA NAZIONE



Gazzetta del Sud

GAZZETTA DI PARMA

IL GAZZETTINO



IL MATTINO

Il Messaggero



con il patrocinio di



Indice

Parte I

Media literacy

“Il Quotidiano in Classe” edizione 2026/2027. La Media Literacy: Comprendere il digitale per usarlo con consapevolezza	3
I nuovi spunti per l’anno scolastico 2026/2027	7
Scheda didattica: “Rage baiting”	8
Scheda didattica: “FOMO”	14
Scheda didattica: “Doomscrolling”	20
Scheda didattica: “Brain rot”	26
Scheda didattica: “Catfishing”	32
Scheda didattica: “Dark pattern”	38
Scheda didattica: “Ghosting & Orbiting”	44
Scheda didattica: “Sharenting e Oversharing”	48
Scheda didattica: “Echo chamber”	54
Scheda didattica: “Flamewar”	60

Parte II

Financial Literacy

“Young Factor” edizione 2026/2027 <i>Alberto Banfi</i> <i>Intesa Sanpaolo e UniCredit</i>	69
---	----

Parte III

Ecological Literacy

“E-Project: ecological literacy” edizione 2026/2027 <i>Enel</i>	75
--	----

Parte IV

Media e tech literacy

“Doubt and Debate” edizione 2026/2027 <i>TIM</i>	81
---	----

Parte V

Iniziative speciali e concorsi

Introduzione	87
<i>Iniziative speciali</i>	
Giovani, energia del futuro <i>Eni</i>	91
Portale Eniscuola.eni.com	93
Scheda didattica: “Acqua sotto stress: come proteggere una risorsa condivisa”	94
Educazione alla conoscenza del giornalismo televisivo attraverso il ruolo del Servizio Pubblico <i>Rai</i>	104
La nuova edizione del progetto	106
Filiere alimentari: complessità e impegni per rafforzarne la resilienza <i>Ferrero</i>	113
Scheda didattica: “Approvvigionamenti responsabili”	114
Fact-checking <i>newcleo</i>	119

La nuova edizione del Progetto	120	<i>Concorsi</i>	
Civico 2.0 <i>Fondazione Carispezia</i>	123	Portale www.ilquotidianoinclasse.it	158
La nuova edizione del Progetto	124	La carta d'identità del portale	159
Scoviamo le fake news! <i>Fondazione Cariplo</i>	126	SosteniAMO il Futuro <i>Crédit Agricole</i>	160
La nuova edizione del Progetto	128	Scheda didattica: “Innovare i territori, costruire il futuro”	162
Guidiamo usando la testa <i>Autostrade per l'Italia</i>	131	L'informazione per la sostenibilità <i>Fondazione Sistema Toscana</i>	164
La nuova edizione del Progetto	132	Scheda didattica: “Il paesaggio che viviamo”	165
CircularMente: condividere idee per un futuro sostenibile <i>A2A</i>	134		
L'economia circolare come sistema industriale italiano <i>Haiki+</i>	137		
La prima edizione del Progetto	138		
Il valore dell'indipendenza <i>BPER Banca</i>	141		
Scheda didattica: “Il valore dell'indipendenza economica”	142		
Generazione risparmio <i>Acri</i>	145		
La prima edizione del Progetto	146		
Sicurezza sul lavoro <i>Fondazione Roma</i>	149		
Scheda didattica: “Prevenire prima che accada”	150		
Portale www.scuolachefarete.it	154		
La carta d'identità del portale	155		

Parte I

Media Literacy

“Il Quotidiano in Classe” edizione 2026/2027

Comprendere il digitale per usarlo con consapevolezza

Le tecnologie digitali fanno parte della vita quotidiana di ragazzi e ragazze. Social network, piattaforme video, chat e applicazioni permettono di comunicare, informarsi, esprimere la propria creatività e costruire relazioni. Allo stesso tempo, però, questi ambienti non sono spazi neutrali: il loro funzionamento può influenzare le emozioni, l'attenzione, le decisioni e il modo in cui percepiamo noi stessi e gli altri.

Il percorso di media education nasce per aiutare studenti e studentesse a comprendere alcuni dei fenomeni più diffusi della comunicazione online. L'obiettivo non è presentare Internet e i social network come strumenti esclusivamente positivi o negativi, ma fornire conoscenze e capacità critiche per riconoscere i meccanismi che orientano i comportamenti digitali.

Una prima parte del percorso riguarda l'economia dell'attenzione. Le piattaforme competono per mantenere gli utenti connessi e utilizzano contenuti, notifiche, algoritmi e scorrimento infinito per favorire le interazioni. Fenomeni come il rage baiting mostrano come anche la rabbia e l'indignazione possano trasformarsi in visualizzazioni, commenti e guadagni. Il doomscrolling e il cosiddetto brain rot invitano invece a riflettere sul consumo continuo di notizie negative, video brevi e contenuti ripetitivi, che può occupare molto tempo senza produrre una reale comprensione.

Il percorso affronta anche il rapporto tra social network, emozioni e benessere. La FOMO, cioè la paura di perdere esperienze e occasioni vissute dagli altri, può spingere a controllare continuamente notifiche, chat e feed. Il confronto con una

selezione dei momenti migliori delle vite altrui può generare insoddisfazione e rendere più difficile riconoscere i propri desideri. Imparare a interrompere questi automatismi significa recuperare la possibilità di scegliere quando connettersi, quali contenuti seguire e quanto tempo dedicare alle piattaforme.

Un altro nucleo riguarda la fiducia e l'identità online. Il catfishing mostra quanto possa essere difficile verificare chi si trovi realmente dietro un profilo digitale. Fotografie, biografie e interessi condivisi non rappresentano necessariamente una prova dell'identità di una persona. Per questo è importante imparare a riconoscere incongruenze, richieste sospette e tentativi di manipolazione, evitando di condividere troppo rapidamente informazioni, immagini, denaro o dati personali.

Anche i siti e le applicazioni possono orientare le decisioni. I dark pattern sono interfacce progettate per rendere alcune scelte più evidenti e altre più difficili: accettare i cookie può richiedere un solo clic, mentre rifiutarli può comportare molti passaggi; iscriversi a un servizio può essere semplice, mentre cancellarlo può diventare complicato. Comprendere questi meccanismi aiuta a distinguere una comunicazione persuasiva da una progettazione manipolatoria e a difendere la propria libertà di scelta.

Le relazioni personali sono un'altra dimensione fondamentale della vita digitale. Ghosting e orbiting mostrano come il silenzio, le visualizzazioni e i "Mi piace" possano generare dubbi, aspettative e sofferenza. Le piattaforme rendono semplice interrompere una conversazione senza spiegazioni oppure rimanere presenti nella vita digitale di qualcuno senza costruire un vero rapporto. Riflettere su questi fenomeni significa imparare a comunicare in modo più chiaro, rispettare i confini e riconoscere che i segnali online non sostituiscono sempre le parole.

Il tema della condivisione riguarda anche la privacy. Sharenting e oversharing mostrano come fotografie, video, posizioni e racconti personali possano contribuire alla costruzione dell'identità digitale di una persona. Pubblicare un contenuto non significa soltanto condividere un momento; può voler dire esporre dati, relazioni e aspetti della vita privata davanti a un pubblico difficile da controllare. Chiedere il consenso, limitare le informazioni identificative e riflettere sulle conseguenze future sono quindi comportamenti essenziali.

Il percorso dedica inoltre attenzione al modo in cui ci informiamo e discutiamo. Le echo chamber possono trasformare il feed in un ambiente composto prevalentemente da opinioni simili alle nostre, rafforzando il bias di conferma e rendendo meno visibili i punti di vista differenti. Le flamewar mostrano invece come una discussione possa rapidamente degenerare in provocazioni, insulti e attacchi personali, soprattutto quando il confronto viene alimentato dal pubblico e dalla ricerca di approvazione.

Conoscere questi fenomeni permette di comprendere che ogni interazione online produce effetti. Commentare un contenuto provocatorio può aumentarne la vi-

sibilità; condividere una notizia senza verificarla può favorire la disinformazione; pubblicare una fotografia può esporre altre persone; rispondere impulsivamente può trasformare un disaccordo in un conflitto.

Le schede del percorso combinano articoli di giornale, spiegazioni, domande e attività laboratoriali. Gli studenti saranno chiamati ad analizzare contenuti, distinguere fatti e opinioni, riconoscere strategie persuasive, verificare le fonti, riscrivere messaggi e progettare forme di comunicazione più corrette. Le attività non mirano soltanto a trasmettere regole, ma a sperimentare concretamente modi più responsabili di informarsi, comunicare e partecipare.

L'obiettivo complessivo è sviluppare una cittadinanza digitale consapevole. Essere competenti online non significa soltanto saper utilizzare un'applicazione o pubblicare un contenuto, ma comprendere perché qualcosa compare nel nostro feed, quali emozioni cerca di suscitare, quali dati richiede e quali conseguenze può produrre. Significa imparare a fermarsi prima di reagire, verificare prima di condividere e ricordare che dietro ogni profilo, commento e fotografia possono esserci persone reali.

**I nuovi spunti
per l'anno
scolastico
2026/2027**

Scheda didattica

Rage Baiting

Fonte: Giulia Mattioli, *“Rage bait: la parola dell'anno e il business della rabbia online”* (la Repubblica, 3 dicembre 2025)

“Rage bait” è stata scelta dall'Oxford University Press come parola dell'anno 2025. L'espressione indica i contenuti online creati intenzionalmente per suscitare rabbia, indignazione o frustrazione e ottenere, attraverso queste emozioni, un maggior numero di visualizzazioni, commenti e condivisioni.

L'articolo pubblicato da la Repubblica descrive il rage bait come uno dei simboli dell'attuale cultura digitale, nella quale la rabbia può diventare una risorsa economica. Piattaforme social, siti di informazione, personaggi pubblici e creatori di contenuti competono continuamente per conquistare l'attenzione degli utenti. Le emozioni più intense possono spingere le persone a interagire immediatamente, aumentando la visibilità di un contenuto.

Il fenomeno si inserisce nella cosiddetta “economia dell'attenzione”: il tempo trascorso sulle piattaforme e le interazioni degli utenti hanno un valore. Anche un commento scritto per criticare un video o una condivisione accompagnata da un messaggio indignato possono contribuire alla sua diffusione.

Il rage bait si distingue dal clickbait. Quest'ultimo utilizza titoli curiosi, misteriosi o esagerati per ottenere un clic; il rage bait punta invece specificamente sulla provocazione e sulla collera. Può presentarsi sotto forma di affermazioni assurde, titoli offensivi, opinioni estreme, errori intenzionali o video montati in modo da dividere il pubblico.

Il termine non è nuovo: la sua prima attestazione online risale al 2002. Negli anni successivi il suo significato si è progressivamente spostato verso la comunicazione digitale, fino a indicare una vera e propria strategia per attirare l'attenzione e aumentare il coinvolgimento.

■ Chiave di lettura dell'articolo

Quante volte, scorrendo i social network, incontriamo un video, un titolo o un commento che ci fa arrabbiare immediatamente? Può trattarsi di un'opinione offensiva, di un comportamento assurdo o di una provocazione così evidente da spingerci a rispondere. Non sempre, però, questa reazione nasce per caso: alcuni contenuti vengono costruiti appositamente per suscitare indignazione e ottenere visibilità. È questo il meccanismo del **rage baiting**.

L'espressione inglese unisce le parole *rage*, cioè rabbia o collera, e *bait*, cioè esca. Il rage bait è quindi un contenuto progettato per provocare rabbia, frustrazione o indignazione con l'obiettivo di aumentare visualizzazioni, commenti e condivisioni. Nel 2025 l'espressione è stata scelta come parola dell'anno dall'Oxford University Press, a dimostrazione di quanto la provocazione sia diventata centrale nella comunicazione online.

La rabbia funziona sui social perché ci spinge ad agire rapidamente. Quando leg-

giamo qualcosa che consideriamo falso, ingiusto o offensivo, sentiamo spesso il bisogno di correggerlo, contestarlo o mostrarlo ad altre persone. Possiamo lasciare un commento, rispondere a un utente, condividere il contenuto, inviarlo agli amici o continuare a leggere la discussione. Tutte queste azioni producono **engagement**, cioè coinvolgimento, e possono convincere la piattaforma a mostrare il contenuto a un pubblico ancora più ampio.

L'algoritmo non deve necessariamente comprendere che siamo arrabbiati. Osserva soprattutto comportamenti misurabili, come il tempo di visualizzazione, i clic, i commenti e le condivisioni. Un contenuto può quindi ottenere molta visibilità anche quando la maggior parte delle reazioni è negativa. Ciò che ci spinge a interagire, infatti, non coincide sempre con ciò che vorremmo realmente vedere: possiamo trovare un video irritante e, allo stesso tempo, contribuire alla sua diffusione proprio perché ci soffermiamo su di esso.

Il rage bait può apparire sotto forma di video, articolo, fotografia, meme, commento o copertina. Tra le strategie più frequenti troviamo affermazioni volutamente assurde, opinioni estreme, titoli offensivi, errori inseriti intenzionalmente, comportamenti irritanti, generalizzazioni e informazioni prive di contesto. Non contiene necessariamente notizie false: può anche partire da un fatto reale, ma presentarlo nel modo più divisivo possibile, eliminando dettagli importanti o mostrando soltanto una parte della vicenda.

Rage bait, clickbait e trolling sono fenomeni collegati, ma non identici. Il **clickbait** punta soprattutto sulla curiosità e utilizza titoli come “Non crederai mai a quello che è successo” per ottenere un clic. Il rage bait vuole invece provocare una reazione emotiva e alimentare una discussione. Il **trolling**, infine, consiste nel provocare deliberatamente una persona o una comunità attraverso commenti offensivi, assurdi o fuori tema. Le tre strategie possono sovrapporsi: un titolo può essere contemporaneamente clickbait e rage bait, mentre l'autore può intervenire nei commenti per aumentare ulteriormente il conflitto.

Sulle piattaforme digitali l'attenzione può trasformarsi in un valore economico. Un contenuto molto visualizzato può portare guadagni pubblicitari, nuovi follower, sponsorizzazioni e notorietà. Per questo alcuni creator utilizzano continuamente la provocazione, dando vita al cosiddetto **rage farming**, cioè la “coltivazione della rabbia”. Sostenitori e oppositori contribuiscono entrambi alla visibilità del profilo: i primi difendendolo, i secondi criticandolo. Anche la disinformazione può sfruttare questo meccanismo, perché una notizia capace di suscitare forte indignazione può essere condivisa prima ancora di verificarne l'attendibilità.

Non tutto ciò che fa arrabbiare è però rage bait. La rabbia può essere una reazione legittima davanti a un'ingiustizia, a una discriminazione, a una violenza o a un abuso. Molte campagne social utilizzano testimonianze e immagini forti per denunciare problemi reali. La differenza riguarda soprattutto il modo in cui il contenuto è costruito: un contenuto informativo cerca di spiegare, citare fonti e fornire il contesto

necessario, mentre il rage bait tende a eliminare le sfumature e a provocare una risposta immediata. Per evitare di abboccare è utile interrompere l'automatismo tra emozione e reazione. Quando un contenuto provoca una rabbia improvvisa, possiamo fermarci, osservarlo con maggiore attenzione, controllare la fonte e chiederci perché sia stato pubblicato proprio in quel modo. Non reagire subito non significa rinunciare al confronto o ignorare ogni affermazione problematica. Significa scegliere quando una risposta può davvero chiarire la situazione e quando, invece, servirebbe soltanto ad aumentare la visibilità di chi ha costruito la provocazione.

■ Domande

1. Che cosa indica l'espressione "rage bait"?

- a) Un contenuto creato per rilassare gli utenti
- b) Un contenuto progettato per suscitare rabbia e aumentare le interazioni
- c) Un sistema per bloccare i commenti offensivi
- d) Una pubblicità destinata esclusivamente ai videogiochi

Risposta giusta: B

2. Qual è la principale differenza tra clickbait e rage bait?

- a) Il clickbait si trova soltanto sui siti di informazione
- b) Il rage bait non utilizza mai titoli esagerati
- c) Il clickbait punta soprattutto sulla curiosità, mentre il rage bait punta sulla rabbia
- d) Non esiste alcuna differenza

Risposta giusta: C

3. Perché anche un commento negativo può favorire un contenuto rage bait?

- a) Perché dimostra che il contenuto è vero
- b) Perché aumenta le interazioni e può contribuire alla sua visibilità
- c) Perché elimina automaticamente il contenuto
- d) Perché impedisce agli altri utenti di visualizzarlo

Risposta giusta: B

4. Quale tra questi può essere un segnale di rage bait?

- a) La presenza di fonti e dati verificabili
- b) Una spiegazione articolata che presenta diversi punti di vista
- c) Una frase estrema che divide il pubblico in due schieramenti contrapposti
- d) La correzione pubblica di un errore da parte dell'autore

Risposta giusta: C

5. Qual è un comportamento utile quando un contenuto provoca rabbia immediata?

- a) Condividerlo subito con tutti i propri contatti
- b) Commentarlo più volte per dimostrare che è sbagliato
- c) Controllare fonte e contesto prima di reagire
- d) Insultare l'autore del contenuto

Risposta giusta: C

■ Traccia per l'attività in classe

Attività: Il tribunale del feed

Gli studenti vengono divisi in gruppi di quattro o cinque persone. Ogni gruppo riceve dall'insegnante una selezione di post, titoli, descrizioni di video o schermate create appositamente per l'attività.

I contenuti devono rappresentare situazioni differenti:

- una notizia corretta con un titolo polemico;
- un contenuto clickbait;
- un contenuto rage bait;
- una critica legittima;
- una battuta satirica;
- una notizia priva di contesto;
- un post contenente informazioni false;
- un'opinione controversa ma argomentata.

Per ogni contenuto, il gruppo deve stabilire se si tratta di rage bait oppure no, rispondendo alle seguenti domande:

1. Quale emozione cerca di suscitare?
2. Quali parole, immagini o espressioni vengono utilizzate?
3. Fornisce abbastanza informazioni per comprendere la situazione?
4. Sono presenti fonti verificabili?
5. Cerca di spiegare un problema oppure di provocare una reazione?
6. Quali interazioni potrebbe generare?
7. Commentarlo aiuterebbe a chiarire la situazione o ne aumenterebbe soltanto la visibilità?
8. Quale comportamento sarebbe più responsabile?

Dopo l'analisi, ogni gruppo sceglie uno dei contenuti classificati come rage bait e lo riscrive in modo più corretto e informativo.

La nuova versione deve:

- mantenere l'argomento originale;
- eliminare insulti e generalizzazioni;
- aggiungere il contesto necessario;
- distinguere i fatti dalle opinioni;
- utilizzare un titolo coerente;
- favorire una discussione civile.

Infine, i gruppi presentano alla classe il contenuto originale e quello modificato. Gli altri studenti assumono il ruolo di "giuria" e valutano se la nuova formulazione riesca a informare e coinvolgere il pubblico senza manipolarne la rabbia.

La discussione finale affronta alcune domande:

- Quali elementi rendono un contenuto particolarmente provocatorio?
- È stato facile distinguere il rage bait da una critica legittima?
- Perché siamo tentati di commentare anche quando riconosciamo una provocazione?
- È possibile creare contenuti interessanti senza utilizzare rabbia e indignazione?
- Quanto controllo abbiamo sul nostro modo di reagire online?

FOMO - Fear Of Missing Out

Fonte: Danila Giancipoli, “*Fomo» e dipendenza dai social: hai paura di perderti qualcosa?*” (*Il Sole 24 Ore - Alley Oop*, 18 settembre 2023)

Dopo aver osservato il feed di Instagram, può capitare di sentirsi esclusi rispetto alle esperienze vissute dagli altri o di mettere in discussione le proprie scelte confrontandole con i loro successi. Questa sensazione prende il nome di FOMO, acronimo dell'espressione inglese Fear of Missing Out, traducibile come “paura di perdersi qualcosa” o “paura di essere tagliati fuori”.

L'articolo pubblicato da *Il Sole 24 Ore* approfondisce il rapporto tra FOMO, social network e uso problematico di Internet. Attraverso il contributo della psicologa e psicoterapeuta Greta Riboli, viene spiegato come il continuo confronto con le vite mostrate online possa generare preoccupazione, insoddisfazione e solitudine.

I social network permettono di osservare continuamente ciò che fanno amici, conoscenti, influencer e personaggi famosi. Il problema nasce quando le esperienze mostrate dagli altri diventano un termine di paragone costante e fanno apparire la propria vita meno interessante o meno ricca di occasioni.

La FOMO può portare a controllare frequentemente il telefono, aggiornare il feed, verificare le notifiche e cercare di essere sempre presenti nelle conversazioni online. Si crea così un circolo nel quale la paura di perdere qualcosa aumenta il bisogno di connessione e il continuo utilizzo dei social rafforza, a sua volta, quella stessa paura.

L'articolo sottolinea inoltre come la FOMO possa rendere più difficile riconoscere i propri desideri e limiti. Osservando continuamente le vite degli altri, si rischia di scegliere non ciò che interessa davvero, ma ciò che appare più desiderabile o socialmente approvato. Come possibile risposta viene presentata la JOMO, Joy of Missing Out: la capacità di godersi ciò che si sta facendo senza soffrire per le esperienze alle quali non si partecipa.

■ Chiave di lettura dell'articolo

È venerdì sera. Abbiamo deciso di restare a casa perché siamo stanchi, dobbiamo studiare oppure desideriamo semplicemente una serata tranquilla. Apriamo Instagram o TikTok e vediamo amici a una festa, qualcuno a un concerto e altri in un locale affollato. Tutti sembrano divertirsi e, improvvisamente, la nostra serata ci appare meno piacevole. Iniziamo a chiederci se stiamo perdendo un'occasione importante o se gli altri si stanno divertendo più di noi. Questa sensazione prende il nome di **FOMO**.

FOMO è l'acronimo dell'espressione inglese *Fear of Missing Out*, cioè “paura di perdersi qualcosa”. Indica la preoccupazione che altre persone stiano vivendo esperienze interessanti o gratificanti dalle quali siamo esclusi. Non riguarda soltanto il dispiacere di non partecipare a un evento, ma anche il timore di essere tagliati fuori da un gruppo, perdere una conversazione o non conoscere le ultime novità.

Il fenomeno è spesso accompagnato dal desiderio di rimanere continuamente connessi per sapere che cosa stanno facendo gli altri.

La paura di essere esclusi esisteva anche prima dei social network, ma le piattaforme digitali l'hanno resa più intensa e continua. In passato potevamo scoprire il giorno dopo che alcuni amici si erano incontrati; oggi possiamo seguire quasi in diretta ciò che stanno facendo attraverso fotografie, video, storie e dirette. Anche quando abbiamo scelto consapevolmente di non partecipare a un evento, vedere le immagini pubblicate dagli altri può farci dubitare della nostra decisione.

Sui social, inoltre, le persone non mostrano una registrazione completa delle proprie giornate. Selezionano i momenti migliori, le fotografie più riuscite e le esperienze più interessanti. Una serata di diverse ore può essere riassunta in pochi secondi nei quali tutti sorridono e si divertono, mentre restano fuori la noia, le attese o le discussioni. Il confronto diventa quindi squilibrato: mettiamo la nostra vita completa, fatta anche di insicurezze e momenti ordinari, a confronto con una selezione delle esperienze migliori degli altri.

Il feed riunisce inoltre le vite di molte persone. In pochi minuti vediamo qualcuno in vacanza, qualcuno a un concerto e qualcun altro che festeggia un successo. La somma di questi contenuti può creare l'impressione che tutti stiano vivendo continuamente qualcosa di interessante, mentre noi siamo gli unici a non farlo. Anche le notifiche e le funzioni a tempo, come storie e dirette, aumentano il senso di urgenza. Più controlliamo il telefono, più ci abituiamo a essere aggiornati; più siamo abituati a sapere tutto, più diventa difficile accettare di perdere qualcosa.

Non sempre, però, la FOMO nasce soltanto da una percezione. A volte una persona viene davvero esclusa da un incontro, da una chat o da una decisione. È quindi importante distinguere tra esclusione reale, esclusione percepita e paura anticipata dell'esclusione. Se qualcuno viene ripetutamente lasciato fuori, può essere utile parlarne con le persone coinvolte o chiedere il supporto di un adulto. Se invece il disagio nasce soprattutto dal confronto continuo con ciò che vediamo online, può essere utile osservare il nostro modo di usare le piattaforme.

Essere connessi non significa necessariamente sentirsi coinvolti. Possiamo essere presenti in molte chat e avere centinaia di contatti, ma sentirci comunque soli. Al contrario, possiamo trascorrere alcune ore senza telefono con poche persone e sentirci pienamente parte di un gruppo. I social non sono negativi in sé: permettono di mantenere rapporti a distanza, trovare persone con interessi simili e partecipare a comunità. Il problema nasce quando la quantità di connessioni prende il posto della qualità delle relazioni.

La FOMO viene utilizzata anche nel marketing. Espressioni come “Ultimi posti disponibili”, “Offerta valida soltanto per oggi”, “Edizione limitata” o “Tutti ne stanno parlando” creano un senso di urgenza e scarsità. Il prodotto può sembrarci più desiderabile perché abbiamo poco tempo per decidere o temiamo che altri possano acquistarlo prima di noi.

Non tutte le offerte a tempo sono ingannevoli, ma è utile domandarsi se stiamo scegliendo perché desideriamo davvero qualcosa oppure perché il messaggio ci mette fretta.

La FOMO può influenzare le nostre decisioni in modo quasi invisibile. Possiamo accettare un invito non perché vogliamo partecipare, ma perché temiamo che gli altri si divertano senza di noi; acquistare qualcosa perché l'offerta sta per scadere; continuare a scorrere il feed perché pensiamo che il prossimo contenuto possa essere importante. Per riconoscerla possiamo chiederci se stiamo agendo per desiderio reale o per paura, se l'occasione sia davvero irripetibile e se stiamo rinunciando al riposo, allo studio o ad altre attività importanti pur di restare aggiornati.

All'opposto della FOMO viene utilizzata l'espressione **JOMO**, acronimo di *Joy of Missing Out*, cioè "gioia di perdersi qualcosa". Non significa isolarsi o cancellare tutti i social, ma accettare che non possiamo partecipare a tutto, conoscere tutto e rispondere subito a tutti. Possiamo sperimentarla disattivando le notifiche non necessarie, stabilendo momenti senza telefono, evitando il feed prima di dormire e scegliendo gli impegni in base ai nostri interessi e alle nostre energie. L'obiettivo non è disconnettersi completamente, ma imparare a scegliere quando essere connessi senza lasciare che sia la paura a decidere per noi.

■ Domande

1. Che cosa significa l'acronimo FOMO?

- a) Feeling of Media Overload
- b) Fear of Missing Out
- c) Freedom of Meeting Others
- d) Fear of Mobile Objects

Risposta giusta: B

2. Quale situazione rappresenta meglio un'esperienza di FOMO?

- a) Spegner il telefono per concentrarsi sullo studio
- b) Scegliere di non partecipare a un evento perché non interessa
- c) Controllare continuamente i social per paura che gli amici facciano qualcosa senza di noi
- d) Utilizzare una chat per organizzare un lavoro scolastico

Risposta giusta: C

3. Perché i social network possono aumentare la FOMO?

- a) Perché impediscono di vedere ciò che fanno gli altri
- b) Perché mostrano continuamente una selezione delle esperienze vissute dagli altri
- c) Perché eliminano automaticamente tutti i contenuti dopo pochi minuti
- d) Perché possono essere utilizzati soltanto durante gli eventi

Risposta giusta: B

4. In che modo la FOMO può essere utilizzata nel marketing?

- a) Presentando un prodotto come disponibile senza limiti di tempo
- b) Nascondendo completamente il prezzo del prodotto
- c) Creando urgenza attraverso offerte a tempo e disponibilità limitate
- d) Invitando il consumatore a riflettere per diversi giorni

Risposta giusta: C

5. Che cosa indica il termine JOMO?

- a) La paura di non ricevere abbastanza notifiche
- b) Il desiderio di partecipare contemporaneamente a più eventi
- c) La capacità di accettare di non partecipare a tutto e godersi ciò che si sta facendo
- d) L'obbligo di cancellare definitivamente tutti i social network

Risposta giusta: C

■ Traccia per l'attività in classe

Attività: Il budget dell'attenzione

Gli studenti vengono divisi in gruppi di quattro o cinque persone.

L'insegnante consegna a ogni gruppo una serie di situazioni che potrebbero verificarsi nell'arco della stessa giornata:

- una verifica importante il giorno successivo;
- una festa alla quale parteciperanno molti compagni;
- una diretta del proprio creator preferito;
- una promozione online che scade a mezzanotte;
- molti nuovi messaggi nella chat della classe;
- una cena in famiglia;
- un amico che chiede di parlare;
- un nuovo trend al quale partecipano tutti;
- un'attività sportiva già programmata;
- una storia social visibile per poche ore;
- la necessità di dormire almeno otto ore;
- un evento online presentato come "irripetibile".

Ogni gruppo deve immaginare di avere a disposizione **100 punti di attenzione** e distribuirli tra le diverse attività.

Non è possibile dedicare attenzione a tutto: gli studenti devono scegliere quali attività considerare prioritarie, a quali rinunciare e quali rimandare.

Per ogni situazione il gruppo deve indicare:

1. quanti punti di attenzione assegnare;
2. perché considera importante quella situazione;
3. che cosa potrebbe accadere se decidesse di non partecipare;
4. se la decisione nasce da un desiderio reale o dalla paura di perdere qualcosa;
5. quale elemento crea maggiore urgenza.

La somma complessiva non può superare i 100 punti.

Dopo aver distribuito i punti, il gruppo deve individuare le situazioni nelle quali è presente un possibile meccanismo di FOMO. La pressione può derivare dalla paura di essere esclusi, dal confronto con gli altri, dalla durata limitata di un contenuto, dalle notifiche, da un'offerta commerciale a tempo o dal bisogno di approvazione sociale.

Gli studenti devono poi discutere se l'urgenza sia reale oppure costruita. Una verifica prevista per il giorno successivo, per esempio, rappresenta una scadenza reale. La scritta "Offerta imperdibile: acquistala subito" può invece utilizzare artificialmente la paura di perdere un'occasione.

Ogni gruppo sceglie infine tre situazioni nelle quali la FOMO ha influenzato maggiormente le decisioni e prova a trasformarle secondo il principio della JOMO, completando queste frasi:

- "Temiamo di perdere..."
- "In realtà, se non partecipiamo..."
- "La scelta che corrisponde maggiormente ai nostri bisogni è..."
- "Possiamo rimanere in relazione con gli altri anche..."
- "Per ridurre la pressione potremmo..."

Ogni gruppo presenta alla classe la propria distribuzione dei punti e spiega quali rinunce siano state più difficili, quali situazioni abbiano generato maggiore FOMO e come siano cambiate le decisioni dopo aver analizzato i meccanismi di pressione.

La discussione finale affronta alcune domande:

- È possibile partecipare a tutto?
- Quali situazioni generano più facilmente FOMO tra gli adolescenti?
- Le notifiche rendono davvero più importante un messaggio?
- Come si distingue un'urgenza reale da una costruita?
- Essere assenti da una conversazione significa necessariamente essere esclusi?
- Quali strategie possono proteggere il nostro tempo e la nostra attenzione?

L'attività si conclude con la creazione collettiva di un breve **Manifesto anti-FOMO della classe**, composto da cinque indicazioni pratiche per utilizzare social, notifiche e chat in modo più consapevole.

Scheda didattica

Doomscrolling

Fonte: Giuliano Castigliego, *“Incontri di confine: riflessioni ai confini di psicoanalisi, psichiatria e narrativa in tempi di digitale umanità”* (Il Sole 24 Ore - Nòva, 18 settembre 2023)

Durante una crisi è naturale cercare informazioni per comprendere ciò che sta accadendo e prepararsi a eventuali pericoli. La ricerca di notizie, però, non sempre riesce a rassicurarci: può trasformarsi in un comportamento ripetitivo che ci porta a consultare continuamente contenuti negativi, aumentando la paura e la preoccupazione.

L'articolo pubblicato sul sito de Il Sole 24 Ore presenta il doomscrolling, cioè la tendenza a scorrere in modo insistente le notizie online, concentrandosi soprattutto su crisi, disastri, tragedie e altri avvenimenti angoscianti.

Il termine è formato dalle parole inglesi “doom”, associata all'idea di rovina o destino negativo, e “scrolling”, cioè lo scorrimento dei contenuti sullo schermo. L'espressione ha cominciato a diffondersi ampiamente nel 2020, durante la pandemia da Covid-19, anche se era già stata utilizzata negli anni precedenti.

Il doomscrolling può iniziare da un bisogno legittimo: conoscere gli sviluppi di una situazione importante. Lo scorrimento, però, può diventare progressivamente automatico. Una notizia rimanda a un'altra, il feed continua ad aggiornarsi e le piattaforme propongono contenuti simili a quelli sui quali l'utente si è soffermato.

Si crea così un circolo vizioso: la persona cerca informazioni per ridurre l'incertezza, ma l'accumulo di notizie negative aumenta il suo stato di allarme. La maggiore preoccupazione la spinge quindi a cercare nuovi aggiornamenti, senza trovare un punto naturale nel quale fermarsi.

Il doomscrolling non coincide con il semplice desiderio di informarsi. La differenza riguarda soprattutto la ripetitività, la difficoltà a interrompere la navigazione e gli effetti prodotti sul benessere della persona.

■ Chiave di lettura dell'articolo

È sera e stiamo per andare a dormire. Prima di lasciare il telefono sul comodino decidiamo di controllare velocemente le ultime notizie. Apriamo un social network e troviamo un video su una guerra, seguito da un aggiornamento su una catastrofe naturale, da una notizia di cronaca e da un post allarmante sull'economia. Continuiamo a scorrere perché vogliamo capire che cosa sta succedendo, ma dopo diversi minuti siamo più preoccupati di prima, abbiamo perso la percezione del tempo e continuiamo a cercare nuovi contenuti, anche se sappiamo che probabilmente ci faranno stare peggio. Questo comportamento prende il nome di **doomscrolling**.

Il termine deriva dall'unione delle parole inglesi *doom*, che richiama l'idea di rovina o destino negativo, e *scrolling*, cioè lo scorrimento dei contenuti sullo scher-

mo. Indica l'abitudine di cercare e consultare in modo continuo notizie negative, preoccupanti o tragiche, soprattutto nei feed dei social network. Alcuni studi lo hanno associato alla vigilanza online, alla FOMO, all'ansia, all'uso problematico dei social e alla difficoltà di autocontrollo. Queste relazioni non significano però che il doomscrolling sia sempre la causa diretta di tali problemi.

Leggere notizie negative non significa automaticamente fare doomscrolling. Informarsi su guerre, emergenze sanitarie, crisi economiche, cambiamenti climatici e problemi sociali è importante per comprendere il mondo e prendere decisioni consapevoli. La differenza riguarda soprattutto il modo in cui consultiamo le informazioni. Una persona può leggere un articolo, approfondirlo, confrontare le fonti e poi interrompere la navigazione. Nel doomscrolling, invece, la ricerca diventa ripetitiva e automatica: non stiamo più cercando la risposta a una domanda precisa, ma continuiamo a scorrere perché temiamo che possa comparire un nuovo aggiornamento importante.

Di fronte a una minaccia, cercare informazioni è un comportamento naturale. Durante un terremoto è utile seguire le comunicazioni delle autorità, mentre in presenza di un'allerta meteorologica è importante controllare le indicazioni della Protezione civile. Il problema nasce quando la ricerca non fornisce più informazioni utili, ma alimenta soltanto lo stato di allarme. Ogni nuovo contenuto sembra poter ridurre l'incertezza, ma spesso aggiunge soltanto dettagli preoccupanti, ipotesi non confermate o ripetizioni della stessa notizia. Il doomscrolling parte quindi da un bisogno comprensibile, quello di sentirsi preparati, ma diventa controproducente quando aumenta la preoccupazione senza migliorare la comprensione.

Lo **scorrimento infinito** dei feed favorisce questo comportamento. I giornali, i telegiornali e i notiziari radiofonici hanno un inizio e una fine, che rappresentano un punto naturale nel quale fermarsi. Nei social, invece, quando raggiungiamo il fondo della schermata vengono caricati automaticamente nuovi contenuti. Il feed non ci comunica mai che abbiamo ricevuto abbastanza informazioni, ma continua a mostrarci qualcosa di nuovo, creando l'impressione che la ricerca non sia mai conclusa.

Anche gli algoritmi possono contribuire al fenomeno. Le piattaforme osservano i post sui quali ci soffermiamo, i video che guardiamo, le notizie che apriamo e i contenuti che commentiamo o condividiamo. Se dedichiamo molta attenzione a una crisi, il sistema può interpretare questo comportamento come un segnale di interesse e proporci altre notizie simili. Si crea così un circuito: vediamo un contenuto negativo, ci soffermiamo perché ci preoccupa, la piattaforma registra la nostra attenzione e ci mostra altri aggiornamenti dello stesso tipo. Il feed non è quindi una fotografia completa del mondo, ma una selezione influenzata anche dai nostri comportamenti.

Ricevere più informazioni non significa necessariamente comprendere meglio un

argomento. Quando leggiamo molti contenuti brevi e frammentati possiamo accumulare numerosi dettagli senza riuscire a costruire un quadro complessivo. Si parla allora di **sovraccarico informativo**, cioè di una quantità di notizie superiore alla nostra capacità di selezionarle, organizzarle e valutarle. Le informazioni iniziano a confondersi, non ricordiamo più da quale fonte provengano e facciamo fatica a distinguere i fatti confermati dalle ipotesi.

Il doomscrolling può inoltre influire sull'umore, sulla concentrazione e sul sonno. Si verifica spesso la sera, quando utilizziamo il telefono a letto. Ogni contenuto richiede pochi secondi, ma la somma di decine di aggiornamenti può ritardare il riposo e mantenere attiva la nostra attenzione. Questi segnali non rappresentano una diagnosi, ma possono aiutarci a osservare come ci sentiamo e quanto spazio occupa l'informazione nella nostra giornata.

Per interrompere il doomscrolling non è necessario smettere completamente di informarsi. È utile stabilire in anticipo che cosa vogliamo sapere, consultare le notizie in momenti definiti, utilizzare siti giornalistici e fonti istituzionali e preferire un articolo completo a molti post frammentati. Possiamo inoltre disattivare le notifiche non indispensabili, impostare un limite di tempo, evitare le notizie immediatamente prima di dormire e stabilire un punto di uscita, per esempio dopo aver letto due articoli o consultato due fonti.

Essere cittadini informati non significa conoscere ogni singolo aggiornamento nel momento esatto in cui viene pubblicato. Lo scopo non è controllare perfettamente ogni comportamento, ma recuperare la possibilità di scegliere quando iniziare e quando smettere.

■ Domande

1. Che cosa indica il termine doomscrolling?

- a) La ricerca programmata di notizie positive
- b) L'abitudine di scorrere continuamente notizie negative e preoccupanti
- c) La lettura di un solo articolo di giornale al giorno
- d) La pubblicazione di contenuti divertenti sui social

Risposta giusta: B

2. Qual è la principale differenza tra informarsi e fare doomscrolling?

- a) Informarsi significa leggere soltanto notizie positive
- b) Il doomscrolling si verifica esclusivamente durante la notte
- c) Nel doomscrolling la ricerca diventa ripetitiva, automatica e difficile da interrompere
- d) Chi si informa non utilizza mai Internet

Risposta giusta: C

3. In che modo gli algoritmi possono contribuire al doomscrolling?

- a) Eliminando automaticamente tutte le notizie negative

- b) Proponendo contenuti simili a quelli sui quali l'utente si è soffermato
- c) Impedendo agli utenti di leggere più di un articolo
- d) Mostrando a tutti esattamente lo stesso feed

Risposta giusta: B

4. Quale comportamento può aiutare a interrompere il doomscrolling?

- a) Controllare le notizie ogni volta che arriva una notifica
- b) Leggere soltanto i commenti degli utenti
- c) Stabilire orari e fonti precise per informarsi
- d) Condividere immediatamente ogni notizia negativa

Risposta giusta: C

5. Quale affermazione sul doomscrolling è corretta?

- a) Leggere una notizia negativa significa sempre fare doomscrolling
- b) Per evitarlo bisogna smettere completamente di informarsi
- c) È possibile informarsi consapevolmente senza consultare continuamente il feed
- d) Il doomscrolling riguarda soltanto gli adulti

Risposta giusta: C

■ Traccia per l'attività in classe

Attività: La redazione anti-doomscrolling

Gli studenti vengono divisi in gruppi di quattro o cinque persone. Ogni gruppo rappresenta la redazione di un notiziario rivolto ai propri coetanei.

L'insegnante consegna a ciascun gruppo un feed simulato composto da circa quindici contenuti relativi a una stessa situazione di crisi.

I materiali devono comprendere:

- una comunicazione ufficiale;
- un articolo giornalistico;
- un titolo allarmistico;
- un'opinione personale;
- un'immagine priva di data;
- un video riferito a un altro evento;
- una previsione non confermata;
- un contenuto che ripete informazioni già note;
- un aggiornamento realmente utile;
- una testimonianza diretta;
- una smentita;
- un post che invita a condividere immediatamente.

Ogni gruppo analizza i contenuti rispondendo ad alcune domande:

1. Qual è la fonte?
2. La data è indicata?

3. Si tratta di un fatto, un'opinione o un'ipotesi?
4. L'informazione è verificabile?
5. Aggiunge qualcosa di nuovo?
6. Quale emozione cerca di suscitare?
7. È utile per comprendere o affrontare la situazione?
8. Potrebbe alimentare il doomscrolling?

I contenuti vengono classificati in quattro categorie:

- utile e verificato;
- utile ma da verificare;
- ripetitivo o poco rilevante;
- allarmistico o ingannevole.

Ogni redazione seleziona quindi un massimo di cinque contenuti e prepara un notiziario della durata di tre minuti.

Il notiziario deve:

- spiegare che cosa è accaduto;
- distinguere i fatti dalle ipotesi;
- citare le fonti;
- evitare ripetizioni;
- non utilizzare toni eccessivamente allarmistici;
- indicare ciò che ancora non è noto;
- fornire eventuali informazioni pratiche;
- concludere chiaramente l'aggiornamento.

La conclusione potrebbe essere:

“Al momento queste sono le informazioni confermate. Sarà utile controllare nuovamente le fonti ufficiali nel pomeriggio, senza seguire aggiornamenti non verificati.”

L'obiettivo è creare un punto di arrivo dell'informazione, evitando l'impressione che sia necessario continuare a scorrere senza limiti.

Ogni gruppo presenta il proprio notiziario alla classe e spiega quali contenuti abbia escluso, quali fonti abbia considerato più attendibili e quali post avrebbero potuto alimentare il doomscrolling.

Gli altri studenti valutano il lavoro secondo tre criteri:

- **attendibilità:** le informazioni sono verificate?
- **chiarezza:** fatti, opinioni e ipotesi sono distinguibili?
- **equilibrio:** il notiziario informa senza aumentare inutilmente l'allarme?

La discussione finale affronta alcune domande:

- I contenuti più allarmistici erano anche i più utili?
- Quante informazioni del feed erano realmente nuove?
- Perché uno stesso fatto viene spesso ripetuto?
- Come si distingue un titolo urgente da uno allarmistico?

- Come possiamo informarci senza controllare continuamente le notizie?
- Quali fonti dovremmo consultare durante un'emergenza?

L'attività si conclude con la realizzazione collettiva di un **Protocollo anti-doomscrolling** della classe, composto da cinque regole per seguire online emergenze, guerre e fatti di cronaca in modo più consapevole.

Scheda didattica

Brain Rot

Fonte: Beatrice Foresti, “*Brain rot: quando il troppo tempo online diventa «deterioramento cerebrale»*” (la Repubblica, 29 gennaio 2025)

“Brain rot” è un’espressione informale utilizzata per descrivere il presunto impoverimento delle capacità mentali causato da un consumo eccessivo di contenuti digitali banali, ripetitivi o poco stimolanti. La traduzione letterale è “marciume cerebrale”, ma il termine non indica una patologia o una diagnosi medica.

L’articolo pubblicato da la Repubblica riflette sul tempo trascorso quotidianamente online dagli utenti e sulle possibili conseguenze di un consumo digitale continuo, soprattutto quando è caratterizzato da video molto brevi, scorrimento automatico e frequenti cambi di argomento.

L’espressione “brain rot” è stata scelta dall’Oxford University Press come parola dell’anno 2024. La sua diffusione mostra quanto sia aumentata la preoccupazione per la qualità dei contenuti presenti online e per gli effetti che una continua esposizione a stimoli rapidi può avere sulla concentrazione, sull’attenzione e sulla capacità di approfondire.

Il termine, però, non è nato con i social network. Era già stato utilizzato nel 1854 dallo scrittore e filosofo statunitense Henry David Thoreau nell’opera *Walden*, per criticare la tendenza della società a preferire idee semplici e superficiali rispetto a pensieri più complessi. L’articolo presenta la lettura come una possibile alternativa alla frenesia digitale. Leggere un testo lungo richiede infatti di mantenere l’attenzione, collegare informazioni, immaginare situazioni e seguire lo sviluppo di un ragionamento.

La soluzione non consiste nel considerare negativi tutti i video brevi o i contenuti online, che possono essere divertenti, creativi e informativi. È però importante trovare un equilibrio tra gli stimoli rapidi offerti dai social network e le attività che richiedono maggiore tempo, attenzione e partecipazione.

■ Chiave di lettura dell’articolo

Apriamo TikTok o Instagram con l’intenzione di guardare soltanto un video. Il primo dura pochi secondi e mostra una scena divertente. Subito dopo ne compare un altro con una canzone diventata virale, seguito da una curiosità, una pubblicità, un meme e il frammento di un’intervista. Ogni contenuto è diverso dal precedente e, per continuare, è sufficiente far scorrere il dito sullo schermo.

Dopo mezz’ora chiudiamo l’applicazione. Abbiamo guardato decine di video, ma facciamo fatica a ricordare ciò che abbiamo visto. Potremmo sentirci stanchi, annoiati o confusi e, nonostante questo, avere voglia di riaprire immediatamente il feed.

Questa esperienza viene spesso descritta attraverso l’espressione **brain rot**.

Il termine inglese è formato dalle parole “brain”, cioè cervello, e “rot”, cioè marciume o deterioramento. La traduzione “marciume cerebrale” è volutamente esa-

gerata e ironica: non significa che il cervello stia realmente marcendo e non indica una malattia riconosciuta.

L’espressione viene utilizzata per descrivere il presunto impoverimento dello stato mentale o intellettuale di una persona provocato dal consumo eccessivo di contenuti considerati banali, ripetitivi o poco stimolanti. Può indicare anche i contenuti stessi, come meme, tormentoni, video assurdi, suoni ripetuti e personaggi privi di un significato evidente.

Nonostante la sua recente diffusione, il termine è molto più antico dei social network. Nel 1854 Henry David Thoreau lo utilizzò nel libro *Walden* per criticare la tendenza della società a preferire idee semplici e superficiali rispetto a pensieri più complessi. Nel 2024 l’Oxford University Press lo ha scelto come parola dell’anno, dopo una votazione pubblica alla quale hanno partecipato oltre 37.000 persone.

La scelta della parola non dimostra scientificamente che i contenuti digitali causino un vero deterioramento del cervello. Mostra, però, quanto sia diventata diffusa la preoccupazione per il tempo trascorso online e per le modalità con cui consumiamo informazioni e intrattenimento.

I contenuti associati al brain rot hanno spesso alcune caratteristiche comuni: sono brevi, veloci, ripetitivi e facili da riconoscere. Possono presentare immagini molto colorate, suoni insistenti, sottotitoli animati e diversi elementi mostrati contemporaneamente. In alcuni video, per esempio, una persona parla mentre nella parte inferiore dello schermo viene mostrato un secondo filmato, così da mantenere continuamente impegnata l’attenzione.

Questi contenuti non sono necessariamente dannosi o privi di creatività. Possono essere divertenti, permettere agli utenti di partecipare a una moda e creare un linguaggio condiviso tra persone della stessa generazione. I meme, le battute e i tormentoni fanno parte della cultura digitale e possono favorire ironia, creatività e senso di appartenenza.

Il problema può nascere quando i contenuti molto brevi e rapidi diventano l’unico tipo di materiale che desideriamo consumare oppure quando occupano più tempo di quanto avevamo previsto.

Una delle caratteristiche che favorisce questo consumo prolungato è lo **scorri-mento infinito**. Quando arriviamo alla fine dello schermo, la piattaforma carica automaticamente altri contenuti. Non dobbiamo scegliere consapevolmente di aprire una nuova pagina e non incontriamo un punto naturale nel quale fermarci. Un libro ha un numero preciso di pagine, un film ha una durata stabilita e un episodio termina con i titoli di coda. Un feed, invece, può continuare senza limiti. Ogni singolo video dura pochi secondi e sembra occupare pochissimo tempo, ma la somma di decine di contenuti può trasformarsi facilmente in mezz’ora o in un’ora di utilizzo.

Anche gli algoritmi contribuiscono a rendere il feed sempre più interessante per

il singolo utente. Le piattaforme osservano su quali video ci soffermiamo, quali guardiamo fino alla fine, quali condividiamo e a quali mettiamo “Mi piace”. In base a questi comportamenti possono proporci altri contenuti simili.

Il feed diventa così progressivamente personalizzato. Se mostriamo interesse verso un particolare personaggio, una canzone o un tipo di meme, la piattaforma potrebbe continuare a presentarci materiali dello stesso genere.

Il brain rot non dipende quindi necessariamente dal singolo contenuto, ma dalla combinazione tra video brevi, passaggi molto rapidi da un argomento all'altro, personalizzazione algoritmica e assenza di una conclusione.

In pochi minuti possiamo passare da una notizia a una ricetta, da una battuta a un video scientifico, da una pubblicità a un fatto di cronaca. Ogni volta dobbiamo abbandonare velocemente un contesto e comprenderne uno nuovo.

Questa modalità è molto diversa dall'approfondimento. Per comprendere un argomento complesso bisogna mantenere attive diverse informazioni, collegarle tra loro e valutarle nel tempo. Un video di pochi secondi può essere utile per introdurre un tema, ma difficilmente può spiegarne tutte le cause, le conseguenze e le sfumature.

Il rischio è quello di confondere la familiarità con la conoscenza. Possiamo ascoltare molte volte una stessa frase o vedere numerosi video su un argomento e avere l'impressione di conoscerlo. Essere in grado di riconoscere un termine, però, non significa necessariamente averlo compreso.

Una spiegazione molto breve può inoltre semplificare eccessivamente un tema, eliminando informazioni importanti. Semplificare significa rendere un concetto più accessibile senza modificarne il significato essenziale. Banalizzare significa invece eliminare così tanti elementi da rendere il messaggio incompleto o ingannevole. Per questo, davanti a un video informativo, è utile domandarsi chi lo abbia pubblicato, se vengano citate delle fonti, quali informazioni siano state escluse e se altri contenuti attendibili confermino quanto viene affermato.

Uno dei fenomeni più conosciuti collegati al termine è l'**Italian Brain Rot**, diffuso soprattutto nel 2025. Si tratta di personaggi assurdi, spesso creati attraverso strumenti di intelligenza artificiale, che combinano animali, oggetti e caratteristiche umane. Vengono accompagnati da nomi pseudo-italiani, filastrocche e voci sintetiche.

L'assenza di un significato preciso è una parte essenziale del loro successo.

Gli utenti riconoscono i personaggi, inventano nuove storie e li trasformano in altri contenuti. Il fenomeno mostra come un prodotto possa essere contemporaneamente banale e creativo, ripetitivo e partecipativo.

L'intelligenza artificiale rende inoltre possibile creare in poco tempo grandi quantità di immagini, testi, audio e video. Questa facilità favorisce la partecipazione degli utenti, ma può anche moltiplicare contenuti poco originali, ripetitivi o realizzati principalmente per occupare il feed.

Contrastare il brain rot non significa eliminare tutti i meme, i video brevi o i contenuti leggeri. Il divertimento è una parte legittima dell'esperienza online.

È però importante sviluppare un consumo digitale più vario, alternando l'intrattenimento ad attività che richiedano concentrazione e approfondimento.

Possiamo stabilire un limite di tempo per lo scorrimento, disattivare le notifiche durante lo studio, evitare di utilizzare il telefono prima di dormire e scegliere alcuni contenuti da approfondire attraverso articoli, libri o fonti attendibili.

Può essere utile anche osservare il proprio stato al termine dell'utilizzo. Ricordiamo che cosa abbiamo visto? Abbiamo imparato qualcosa? Ci sentiamo divertiti oppure soltanto stanchi? Abbiamo scelto i contenuti o abbiamo continuato a scorrere automaticamente?

L'obiettivo non è stabilire che i social siano positivi o negativi, ma imparare a riconoscere quando li utilizziamo consapevolmente e quando, invece, lasciamo che il feed occupi il nostro tempo senza offrirci qualcosa che desideriamo davvero.

■ Domande

1. Che cosa indica principalmente l'espressione “brain rot”?

- a) Una malattia neurologica provocata dagli smartphone
- b) Il presunto impoverimento mentale associato al consumo eccessivo di contenuti banali o poco stimolanti
- c) Un programma che elimina i video dai social network
- d) La perdita definitiva della memoria

Risposta giusta: B

2. Quale affermazione sul brain rot è corretta?

- a) È una diagnosi medica riconosciuta
- b) Riguarda esclusivamente i bambini
- c) È un'espressione informale e ironica dello slang online
- d) Si verifica ogni volta che si guarda un video breve

Risposta giusta: C

3. Perché lo scorrimento infinito può prolungare l'utilizzo di una piattaforma?

- a) Perché impedisce di visualizzare nuovi contenuti
- b) Perché elimina i video meno interessanti
- c) Perché non presenta un punto naturale nel quale interrompere la navigazione
- d) Perché obbliga l'utente a leggere articoli lunghi

Risposta giusta: C

4. Che cosa caratterizza il fenomeno Italian Brain Rot?

- a) Documentari dedicati alla cultura italiana
- b) Personaggi assurdi, spesso generati con l'intelligenza artificiale e accompagnati da nomi pseudo-italiani
- c) Corsi digitali per imparare la lingua italiana
- d) Notizie false pubblicate esclusivamente in Italia

Risposta giusta: B

5. Quale comportamento può favorire un consumo digitale più consapevole?

- a) Guardare tutti i contenuti suggeriti dall'algoritmo
- b) Controllare il telefono ogni volta che ci si annoia
- c) Alternare contenuti brevi ad attività che richiedono attenzione e approfondimento
- d) Considerare vero un contenuto quando viene ripetuto molte volte

Risposta giusta: C

■ Traccia per l'attività in classe

Attività: Il menu del feed

Gli studenti vengono divisi in gruppi di quattro o cinque persone.

L'insegnante consegna a ogni gruppo un feed simulato composto da circa quindici contenuti. Per ogni contenuto vengono indicati titolo, durata, argomento, autore e presenza o assenza di fonti.

Il feed dovrà comprendere materiali differenti:

- un meme privo di un significato evidente;
- un video divertente;
- una spiegazione scientifica molto breve;
- un articolo di approfondimento;
- una pubblicità;
- una notizia senza fonti;
- un tutorial;
- una filastrocca ripetitiva;
- un personaggio Italian Brain Rot;
- un contenuto generato con l'intelligenza artificiale;
- un video informativo che cita le fonti;
- una spiegazione eccessivamente semplificata;
- un'opinione presentata come un fatto;
- un contenuto culturale;
- un video che invita a guardare fino alla fine.

Ogni gruppo analizza i contenuti e risponde alle seguenti domande:

1. Qual è lo scopo del contenuto?
2. Vuole informare, divertire, convincere o vendere?
3. Presenta delle fonti?
4. Il titolo corrisponde al contenuto?
5. Lascia un'informazione oppure soltanto una sensazione?
6. Richiederebbe un approfondimento?
7. Quali elementi vengono utilizzati per mantenere l'attenzione?
8. Potrebbe spingere l'utente a continuare a scorrere?

I contenuti vengono poi classificati in quattro categorie:

- intrattenimento leggero;

- informazione utile;
- contenuto da approfondire;
- contenuto ripetitivo, poco chiaro o ingannevole.

Successivamente ogni gruppo immagina di avere a disposizione soltanto 30 minuti e deve costruire il proprio "menu digitale", scegliendo quali contenuti guardare e quanto tempo dedicare a ciascuno.

Il menu può comprendere anche materiali puramente divertenti, ma deve contenere almeno un approfondimento e non può essere formato soltanto da video brevi.

Gli studenti devono spiegare:

- che cosa hanno scelto;
- che cosa hanno escluso;
- quali contenuti avrebbero rischiato di occupare più tempo;
- quali materiali ricorderebbero probabilmente il giorno successivo;
- quali contenuti richiederebbero ulteriori verifiche;
- quanto spazio hanno riservato al divertimento e quanto all'approfondimento.

Ogni gruppo sceglie infine uno dei contenuti brevi e lo trasforma in un prodotto capace di attirare l'attenzione, ma anche di offrire un valore informativo o educativo.

Può realizzare un meme che spiega un concetto scolastico, un breve video che cita le fonti, una filastrocca dedicata a una regola grammaticale oppure un personaggio assurdo utilizzato per introdurre un argomento scientifico.

La nuova versione deve mantenere almeno un elemento del contenuto originale, avere uno scopo riconoscibile, evitare informazioni false e invitare gli utenti ad approfondire.

Ogni gruppo presenta alla classe il proprio menu e il contenuto trasformato, spiegando come sia possibile conciliare intrattenimento, creatività e qualità.

La classe discute infine:

- quali contenuti attirano più rapidamente l'attenzione;
- se i materiali più memorabili siano anche i più informativi;
- quando la semplificazione diventi banalizzazione;
- quanto sia difficile rispettare un limite di tempo;
- come si possa costruire un feed più vario e consapevole.

Catfishing

Fonte: Claudio Gerino, “Le giovani più consapevoli sui rischi dei profili falsi sui social” (*la Repubblica*, 1° ottobre 2020)

Il catfishing consiste nella creazione di un'identità falsa online, spesso costruita utilizzando fotografie e informazioni appartenenti a un'altra persona. Chi gestisce il profilo fittizio cerca di renderlo credibile per entrare in contatto con altri utenti, conquistare la fiducia e ottenere informazioni personali, immagini, denaro o altri vantaggi.

L'articolo pubblicato da *la Repubblica* presenta i risultati di una ricerca condotta da Kaspersky sui comportamenti dei giovani davanti ai profili falsi. L'indagine evidenzia una maggiore attenzione delle ragazze nel riconoscere e contrastare i tentativi di adescamento online. Secondo quanto riportato, le giovani tendono più frequentemente a bloccare i profili sospetti, rifiutare richieste di amicizia provenienti da sconosciuti e verificare l'identità di chi le contatta. I ragazzi mostrerebbero invece una maggiore disponibilità ad accettare contatti da parte di persone che non conoscono personalmente.

L'articolo sottolinea che fotografie, nome, età e informazioni presenti in un profilo non costituiscono necessariamente una prova dell'identità reale di chi lo gestisce. Un profilo falso può essere utilizzato per instaurare relazioni sentimentali ingannevoli, ottenere materiale privato, organizzare truffe o manipolare emotivamente la vittima.

Per questo è importante osservare con attenzione eventuali incongruenze, evitare di condividere dati personali troppo rapidamente e utilizzare gli strumenti messi a disposizione dalle piattaforme per bloccare e segnalare gli account sospetti.

■ Chiave di lettura dell'articolo

Riceviamo una richiesta di amicizia da una persona che non conosciamo. La fotografia del profilo è interessante, la descrizione sembra credibile e scopriamo di avere molti interessi in comune. Iniziamo a scambiarci messaggi e la persona appare gentile, attenta e disponibile. Dopo qualche tempo, però, emergono alcune incoerenze: evita le videochiamate, rimanda continuamente un possibile incontro, fornisce spiegazioni poco chiare e cambia versione quando le facciamo domande precise. Potremmo trovarci davanti a un caso di **catfishing**.

Il catfishing consiste nella creazione e nell'utilizzo di una falsa identità online per ingannare un'altra persona. L'identità può essere completamente inventata oppure costruita combinando il nome di qualcuno, le fotografie di un'altra persona, un'età falsa, una città diversa e una professione mai svolta. L'obiettivo è far credere alla persona contattata di parlare con qualcuno che non esiste oppure che non corrisponde all'identità mostrata dal profilo.

Non tutti i profili anonimi o basati su uno pseudonimo rappresentano però un caso di catfishing. Una persona può scegliere di non mostrare il proprio nome per

tutelare la privacy, separare la vita personale da quella professionale o partecipare a una comunità online. Anche profili satirici, avatar e pagine dedicate a personaggi immaginari non sono necessariamente ingannevoli, purché sia chiaro che non rappresentano una vera identità. Nel catfishing, invece, il profilo falso viene presentato come autentico per costruire una relazione basata sull'inganno.

Le motivazioni possono essere differenti. Alcune persone creano un'identità alternativa per insicurezza, solitudine, curiosità o desiderio di attenzione. In altri casi il catfishing viene usato per prendere in giro qualcuno, controllare un partner, ottenere confidenze, raccogliere dati personali, chiedere denaro, procurarsi immagini intime o organizzare una truffa. Anche quando nasce come uno scherzo tra coetanei, può provocare vergogna, perdita di fiducia e isolamento.

Il rapporto viene spesso costruito gradualmente. Il catfish mette “Mi piace”, risponde alle storie, fa complimenti e mostra interessi molto simili a quelli della persona contattata. Successivamente può cercare di rendere la relazione molto intensa in poco tempo, dichiarando sentimenti profondi o facendo credere alla vittima di essere l'unica persona capace di comprenderlo. Questa accelerazione emotiva può ridurre la prudenza e rendere più facile ottenere informazioni private.

Tra i segnali più frequenti troviamo il rifiuto continuo delle videochiamate, le storie contraddittorie, le poche fotografie eccessivamente perfette, la richiesta di mantenere segreta la conversazione e il tentativo di spostare subito la chat su un'altra piattaforma. Anche richieste di fotografie private, denaro, codici o credenziali devono essere considerate con particolare attenzione. Nessun singolo elemento dimostra automaticamente che un profilo sia falso, ma la presenza di più segnali deve spingerci a fermarci e verificare.

Molti catfish utilizzano fotografie rubate da account reali. La ricerca inversa delle immagini, attraverso strumenti come Google Lens, può aiutare a controllare se una fotografia compare online associata ad altri nomi. Anche una videochiamata, tuttavia, non è più una prova assoluta, perché filtri, registrazioni e strumenti di intelligenza artificiale possono rendere credibili identità false.

Il catfishing può essere utilizzato anche nelle truffe sentimentali. Dopo aver conquistato la fiducia della vittima, il truffatore inventa un'emergenza e chiede denaro per un viaggio, una cura medica o un problema familiare. In altri casi cerca di ottenere immagini intime da utilizzare per un ricatto, chiamato **sextortion**. La responsabilità è sempre di chi mente e manipola: essere ingannati non significa essere ingenui o poco intelligenti.

Quando abbiamo dubbi su una persona conosciuta online, è utile controllare la coerenza del profilo, verificare le immagini, evitare di fornire indirizzo, scuola, documenti, password, denaro o fotografie intime e parlarne con una persona di fiducia. In presenza di minacce o ricatti bisogna conservare messaggi e schermate, non pagare, bloccare e segnalare il profilo e rivolgersi a un adulto o alla Polizia Postale. Internet permette di creare amicizie e comunità autentiche, ma la fiducia dovrebbe

be svilupparsi gradualmente. Una persona rispettosa accetta i nostri limiti, non pretende segreti, non ci mette fretta e non ci fa sentire in colpa quando chiediamo chiarimenti.

■ Domande

1. Che cosa si intende per catfishing?

- a) La pubblicazione di fotografie di animali sui social
- b) La creazione di una falsa identità online per ingannare un'altra persona
- c) L'utilizzo di uno pseudonimo chiaramente dichiarato
- d) La ricerca di vecchi amici attraverso Internet

Risposta giusta: B

2. Quale elemento può rappresentare un segnale di catfishing?

- a) La persona rispetta i tempi e i limiti dell'altro
- b) Il profilo pubblica contenuti su diversi argomenti
- c) La persona evita continuamente videochiamate e fornisce versioni contraddittorie della propria storia
- d) L'utente utilizza un avatar in un videogioco

Risposta giusta: C

3. Qual è la differenza principale tra un profilo anonimo e il catfishing?

- a) I profili anonimi non possono pubblicare fotografie
- b) Il catfishing utilizza sempre il nome di una persona famosa
- c) Nel catfishing la falsa identità viene presentata come autentica per ingannare qualcuno
- d) Non esiste alcuna differenza

Risposta giusta: C

4. Che cosa è opportuno fare se una persona conosciuta soltanto online chiede denaro?

- a) Inviare immediatamente una piccola somma
- b) Chiedere agli amici di contribuire
- c) Fermarsi, non inviare denaro e parlarne con una persona di fiducia
- d) Fornire i dati della propria carta per dimostrare fiducia

Risposta giusta: C

5. A che cosa serve la ricerca inversa delle immagini?

- a) A modificare automaticamente una fotografia
- b) A verificare se un'immagine compare online associata ad altri profili o identità
- c) A cancellare una fotografia da tutti i social network
- d) A scoprire la password di un account

Risposta giusta: B

■ Traccia per l'attività in classe

Attività: Chi c'è dietro il profilo?

Gli studenti vengono divisi in gruppi di quattro o cinque persone.

L'insegnante consegna a ogni gruppo una serie di profili social completamente inventati, creati appositamente per l'attività. Non devono essere utilizzati account reali di studenti, docenti o altre persone riconoscibili.

Ogni profilo contiene:

- nome e fotografia;
- breve biografia;
- data di creazione;
- numero di follower;
- alcune pubblicazioni;
- commenti ricevuti;
- informazioni su scuola, città e interessi;
- una breve conversazione privata.

I profili devono rappresentare situazioni differenti:

- un account autentico;
- un profilo anonimo che protegge la propria privacy;
- una pagina satirica dichiarata;
- un profilo che utilizza fotografie rubate;
- un possibile caso di catfishing;
- un account creato per una truffa.

Per ciascun profilo gli studenti devono analizzare:

1. Da quanto tempo esiste?
2. Le fotografie sono coerenti?
3. Le informazioni presenti nei post coincidono con quelle della biografia?
4. Le interazioni con gli altri utenti sembrano autentiche?
5. La persona racconta versioni differenti della propria storia?
6. Cerca di creare rapidamente un rapporto molto intenso?
7. Chiede informazioni personali, fotografie, denaro o codici?
8. Quali elementi sarebbe necessario verificare?

Gli studenti devono distinguere tra fatto osservabile, segnale sospetto, ipotesi e prova. Un profilo con poche fotografie, per esempio, può essere sospetto, ma non è necessariamente falso.

Ogni gruppo classifica quindi gli account in alcune categorie:

- probabilmente autentico;
- anonimo ma non ingannevole;
- parodia dichiarata;
- identità dubbia;
- probabile catfishing;
- possibile truffa.

Per ogni scelta devono essere presentati almeno tre elementi a sostegno della valutazione.

Successivamente, l'insegnante assegna a ogni gruppo un messaggio inviato da un possibile profilo falso, per esempio:

- “Mandami una foto che non hai mai pubblicato.”
- “Non raccontare a nessuno che ci stiamo sentendo.”
- “Ho bisogno urgentemente di una ricarica.”
- “Dimostrami che tieni a me.”
- “Mandami il codice appena ricevuto sul telefono.”
- “Se non rispondi pubblicherò le tue fotografie.”

Gli studenti devono stabilire quale rischio sia presente, quali informazioni non debbano essere fornite, se sia opportuno rispondere, quali prove conservare e a chi chiedere aiuto.

Ogni gruppo presenta infine alla classe il profilo considerato più sospetto e crea un breve **Protocollo anti-catfishing** composto da cinque regole.

La discussione finale affronta alcune domande:

- Quali elementi rendono credibile un'identità online?
- Un profilo con poche fotografie è necessariamente falso?
- Qual è la differenza tra tutelare la privacy e ingannare?
- Perché un catfish cerca di creare rapidamente un legame intenso?
- Perché le vittime possono avere difficoltà a chiedere aiuto?
- Quali richieste non dovrebbero mai essere ignorate?

Dark Pattern

Fonte: Simone Cosimi, *“Che cosa sono i dark pattern e perché l'Ue vuole vietarli”* (la Repubblica, 30 gennaio 2022)

Una finestra pubblicitaria difficile da chiudere, un pulsante per rifiutare i cookie quasi invisibile, un servizio aggiunto automaticamente al carrello oppure una procedura molto complicata per cancellare un account. Sono alcuni esempi di dark pattern, cioè interfacce progettate per orientare gli utenti verso scelte che potrebbero non compiere liberamente. L'articolo pubblicato da la Repubblica spiega che questi meccanismi si trovano soprattutto nei siti di e-commerce, nelle applicazioni e nelle procedure di registrazione o abbonamento. Possono spingere le persone ad acquistare prodotti aggiuntivi, accettare il tracciamento dei dati, iscriversi a un servizio oppure rinunciare a cancellare un account.

Non si tratta sempre di errori o di una cattiva progettazione. In molti casi colori, parole, pulsanti e percorsi vengono organizzati intenzionalmente per rendere più semplice la scelta vantaggiosa per la piattaforma e più difficile quella favorevole all'utente.

Tra gli esempi citati vi sono i conti alla rovescia che creano un'urgenza artificiale, i pulsanti molto evidenti per accettare un servizio e quelli poco visibili per rifiutarlo, oltre alle procedure definite roach motel: è facile entrare o iscriversi, ma molto più difficile uscire.

L'articolo, pubblicato mentre era ancora in corso l'approvazione del Digital Services Act, sottolinea l'intenzione dell'Unione europea di limitare queste pratiche e garantire agli utenti scelte più semplici e consapevoli. Il regolamento europeo è stato poi approvato definitivamente nel 2022 e vieta alle piattaforme di progettare interfacce capaci di ingannare o manipolare gli utenti.

■ Chiave di lettura dell'articolo

Vogliamo rifiutare i cookie di un sito, ma il pulsante “Accetta tutto” è grande, colorato e immediatamente visibile, mentre per rifiutare dobbiamo aprire un secondo menu e confermare più volte la scelta. Oppure stiamo acquistando un prodotto e compare un messaggio come “Solo due articoli disponibili”, accompagnato da un conto alla rovescia che ci invita a decidere in fretta. In altri casi iscriversi a un servizio richiede pochi secondi, mentre cancellare l'abbonamento significa cercare a lungo tra impostazioni, pagine di assistenza e finestre di conferma. Questi meccanismi vengono chiamati **dark pattern**.

L'espressione può essere tradotta come “schema ingannevole” e indica una scelta di progettazione utilizzata all'interno di un sito, di un'applicazione o di un servizio digitale per orientare, confondere o manipolare l'utente. Un dark pattern sfrutta il modo in cui leggiamo una pagina, reagiamo ai colori e prendiamo decisioni quando abbiamo poco tempo. Può servire a convincerci ad acquistare un prodotto, iscriverci a un servizio, condividere dati personali o rinunciare alla cancellazione di un account. Il termine è stato introdotto nel 2010 dal designer britannico Harry

Brignull per descrivere interfacce progettate non nell'interesse degli utenti, ma per indurli a compiere determinate azioni.

Ogni interfaccia orienta in qualche modo il comportamento: un pulsante deve avere una posizione, un colore e una dimensione, mentre le informazioni devono essere presentate secondo un ordine. Non tutte queste scelte sono scorrette. Un'applicazione può evidenziare il comando più utilizzato, spiegare chiaramente un passaggio o segnalare un errore. Il problema nasce quando il design non aiuta l'utente, ma sfrutta la sua disattenzione o nasconde le conseguenze di una decisione. Se, per esempio, due pulsanti riportano le scritte “Sì, voglio risparmiare” e “No, preferisco pagare di più”, la seconda opzione fa apparire il rifiuto irrazionale. La scelta rimane possibile, ma diventa meno visibile o emotivamente sgradevole.

Colori, dimensioni e parole possono quindi condizionare il comportamento. Il pulsante favorevole alla piattaforma può essere grande e colorato, mentre quello per rifiutare appare piccolo, grigio o confuso con lo sfondo. Anche una domanda come “Vuoi migliorare la tua esperienza?” sembra proporre un vantaggio, ma potrebbe nascondere il consenso alla raccolta di dati per personalizzare la pubblicità. Un'interfaccia trasparente dovrebbe invece spiegare chiaramente che cosa accade, quali informazioni vengono raccolte e quali conseguenze produce ogni scelta, senza utilizzare formule vaghe per rendere più attraente l'opzione preferita dalla piattaforma.

Molti dark pattern sfruttano inoltre il senso di urgenza e la paura di perdere un'occasione. Messaggi come “Ultimo prodotto disponibile”, “L'offerta termina tra cinque minuti” o “Quindici persone stanno guardando questa camera” possono spingerci a decidere senza confrontare altre possibilità. L'urgenza può essere reale, per esempio quando un concerto ha effettivamente pochi posti, ma diventa ingannevole se il conto alla rovescia riparte aggiornando la pagina o se la quantità indicata non corrisponde alla disponibilità effettiva. In questi casi possiamo acquistare qualcosa non perché ci serve, ma perché temiamo che l'occasione scompaia. Un'altra strategia consiste nel mostrare il prezzo completo soltanto alla fine. Un biglietto inizialmente economico può aumentare dopo l'aggiunta di commissioni, assicurazioni e servizi già selezionati. L'utente ha ormai investito tempo nella procedura e potrebbe decidere di completare comunque l'acquisto. In altri casi un prodotto viene inserito automaticamente nel carrello e deve essere rimosso manualmente. Questa pratica viene chiamata **sneaking**, cioè inserimento nascosto: le informazioni importanti non vengono eliminate, ma collocate in punti poco visibili o presentate soltanto quando l'utente è vicino alla conclusione.

Alcuni servizi rendono invece molto semplice l'iscrizione e particolarmente difficile la cancellazione. Questo modello viene chiamato **roach motel**: entrare è facile, uscire è complicato. Per interrompere un abbonamento può essere necessario cercare l'opzione in diversi menu, contattare l'assistenza, rispondere a molte domande, rifiutare nuove offerte e confermare più volte la decisione. La difficoltà può convincere l'utente a rinunciare o rimandare, mentre il servizio continua a

rinnovarsi. Una progettazione corretta dovrebbe rendere la cancellazione semplice quanto l'attivazione.

I dark pattern possono riguardare anche la privacy. Un sito può mostrare un grande pulsante per accettare tutti i cookie e nascondere il rifiuto in un menu secondario. Un'applicazione può continuare a chiedere un'autorizzazione già rifiutata finché l'utente, per stanchezza o distrazione, non la concede. Il consenso è realmente libero soltanto quando le alternative sono comprensibili, equivalenti e non manipolatorie. Meccanismi simili possono comparire anche nei social network e nei videogiochi, per spingere gli utenti a condividere più informazioni, attivare notifiche, acquistare oggetti virtuali o continuare a utilizzare il servizio. Anche una frase come "I tuoi amici sentiranno la tua mancanza", mostrata durante la cancellazione di un account, può esercitare una pressione emotiva.

Non ogni interfaccia confusa è però necessariamente un dark pattern. Un sito può essere difficile da usare perché è stato progettato male, è poco aggiornato o presenta un problema tecnico. Alcuni segnali devono comunque farci prestare attenzione: l'opzione più vantaggiosa per l'azienda è sempre la più evidente, rifiutare richiede molti più passaggi che accettare, le informazioni importanti compaiono soltanto alla fine, vengono usati sensi di colpa, alcune caselle sono già selezionate, il prezzo cambia durante il percorso oppure cancellare un servizio è molto più difficile che attivarlo.

Il Digital Services Act, approvato dall'Unione europea nel 2022, vieta alle piattaforme online di progettare interfacce capaci di ingannare o manipolare gli utenti e di compromettere la loro possibilità di prendere decisioni libere e informate. La normativa non impedisce alle aziende di presentare i propri servizi in modo attraente, ma cerca di evitare che il design venga utilizzato per nascondere informazioni o creare ostacoli artificiali.

Per difendersi è utile fermarsi quando una pagina ci mette fretta, leggere anche i testi meno visibili, controllare se alcune caselle sono già selezionate e verificare sempre il prezzo finale. Possiamo confrontare altre offerte, cercare con attenzione l'opzione di rifiuto, controllare le condizioni di un abbonamento e abbandonare la procedura se non è abbastanza chiara. La competenza digitale non consiste soltanto nel saper utilizzare un'applicazione, ma anche nel riconoscere quando l'interfaccia sta cercando di scegliere al posto nostro.

■ Domande

1. Che cosa si intende per dark pattern?

- a) Un errore tecnico che blocca un sito
- b) Una scelta di design utilizzata per orientare o manipolare le decisioni dell'utente
- c) Una modalità per proteggere automaticamente i dati personali
- d) Un programma per rendere più scuro lo schermo

Risposta giusta: B

2. Quale situazione rappresenta un possibile dark pattern?

- a) Il prezzo completo viene mostrato subito
- b) Accettare e rifiutare richiedono gli stessi passaggi
- c) Il pulsante per accettare è molto evidente, mentre quello per rifiutare è nascosto
- d) Il sito spiega chiaramente come cancellare un account

Risposta giusta: C

3. Che cosa indica l'espressione "roach motel"?

- a) Un videogioco ambientato in un albergo
- b) Una procedura nella quale è facile iscriversi ma difficile cancellarsi
- c) Un servizio che permette di confrontare i prezzi
- d) Un sistema per bloccare le pubblicità

Risposta giusta: B

4. Quando un messaggio di scarsità può essere ingannevole?

- a) Quando indica correttamente quanti posti sono disponibili
- b) Quando il conto alla rovescia riparte ogni volta che viene aggiornata la pagina
- c) Quando una promozione presenta una scadenza reale
- d) Quando il prezzo finale viene mostrato chiaramente

Risposta giusta: B

5. Quale comportamento può aiutare a difendersi dai dark pattern?

- a) Accettare rapidamente per terminare prima
- b) Fidarsi sempre dell'opzione evidenziata
- c) Controllare prezzo finale, caselle selezionate e condizioni del servizio
- d) Ignorare tutte le informazioni presenti nella pagina

Risposta giusta: C

■ Traccia per l'attività in classe

Attività: Caccia al Dark Pattern

Gli studenti vengono divisi in gruppi di quattro o cinque persone.

L'insegnante consegna a ogni gruppo alcune schermate simulate di siti e applicazioni. I materiali non devono richiedere acquisti reali né l'inserimento di dati personali.

Le schermate possono rappresentare:

- un banner per accettare o rifiutare i cookie;
- l'iscrizione a una prova gratuita;
- la cancellazione di un abbonamento;
- l'acquisto di un biglietto;
- un carrello con prodotti aggiunti automaticamente;
- un'offerta con un conto alla rovescia;
- la richiesta di attivare le notifiche;

- la cancellazione di un profilo social.

Per ogni schermata il gruppo deve analizzare:

1. Quale scelta viene resa più evidente?
2. Quale opzione è più difficile da trovare?
3. Sono presenti caselle già selezionate?
4. Il linguaggio è neutrale oppure cerca di mettere pressione?
5. Il prezzo e le condizioni sono immediatamente comprensibili?
6. Quanti passaggi servono per accettare e quanti per rifiutare?
7. Quale vantaggio ottiene l'azienda?
8. Quale decisione potrebbe prendere un utente distratto?

Gli studenti classificano quindi le schermate in tre categorie:

- interfaccia trasparente;
- interfaccia poco chiara;
- probabile dark pattern.

Ogni valutazione deve essere motivata: non è sufficiente dire che una pagina “sembra ingannevole”.

Successivamente ciascun gruppo sceglie una delle interfacce considerate problematiche e la riprogetta in modo più corretto.

La nuova versione deve:

- presentare le alternative con la stessa evidenza;
- utilizzare un linguaggio semplice e neutrale;
- mostrare subito prezzo e condizioni;
- eliminare caselle selezionate automaticamente;
- rendere semplice sia accettare sia rifiutare;
- indicare chiaramente le conseguenze della scelta.

Ogni gruppo presenta alla classe la schermata originale e quella modificata, spiegando quali elementi siano stati cambiati e perché.

La discussione finale affronta alcune domande:

- Quali dark pattern erano più difficili da riconoscere?
- Colori e dimensioni possono condizionare una scelta?
- Perché cancellare un servizio è spesso più difficile che attivarlo?
- Un conto alla rovescia rende davvero urgente un acquisto?
- Qual è la differenza tra convincere e manipolare?
- Come dovrebbe essere progettata un'interfaccia rispettosa degli utenti?

L'attività si conclude con la realizzazione collettiva di un **Decalogo di norme dell'interfaccia trasparente**, composto da cinque regole che siti e applicazioni dovrebbero rispettare per permettere agli utenti di scegliere liberamente.

Ghosting & Orbiting

Fonte: Eleonora Giovinnazzo, “*Ghosting e orbiting, come siamo arrivati a svalutare così tanto le relazioni?*” (la Repubblica, 24 agosto 2018)

Scompare improvvisamente dalla vita di una persona senza fornire spiegazioni oppure interrompere una relazione continuando, però, a seguire l'altra persona sui social network. Sono i comportamenti chiamati rispettivamente ghosting e orbiting.

L'articolo pubblicato da la Repubblica affronta i due fenomeni attraverso il contributo della psicoterapeuta Maddalena Vagnarelli. Questi comportamenti non sono nati con Internet: anche in passato una persona poteva interrompere una relazione senza spiegazioni oppure continuare a frequentare indirettamente gli ambienti dell'altra. I social network li hanno però resi più semplici, visibili e frequenti.

Nel ghosting una persona interrompe improvvisamente ogni comunicazione: non risponde più ai messaggi, alle telefonate o ai tentativi di chiarimento. Chi lo subisce rimane senza una spiegazione e può domandarsi a lungo se abbia commesso qualche errore.

Nell'orbiting, invece, chi ha interrotto il rapporto continua a mantenere una presenza digitale. Non risponde direttamente, ma guarda le storie, mette “Mi piace”, reagisce ai contenuti o lascia occasionalmente qualche segnale. In questo modo continua a “orbitare” intorno alla vita dell'altra persona senza costruire una vera relazione.

Secondo la psicoterapeuta intervistata, entrambi i comportamenti possono ostacolare l'elaborazione della fine di un rapporto. Il ghosting lascia domande senza risposta; l'orbiting può alimentare speranze e interpretazioni attraverso segnali deboli e ambigui.

Per proteggersi può essere utile riconoscere che visualizzazioni e “Mi piace” non sostituiscono una comunicazione chiara, stabilire dei confini digitali e, quando necessario, silenziare, rimuovere o bloccare la persona.

■ Chiave di lettura dell'articolo

Fino a pochi giorni fa ci scrivevamo continuamente. Poi, all'improvviso, i messaggi non ricevono più risposta. La persona continua a essere attiva online, pubblica fotografie e visualizza i contenuti degli altri, ma ignora i nostri tentativi di contatto. Oppure una relazione è terminata, ma l'altra persona continua a guardare tutte le nostre storie, mettere qualche “Mi piace” e reagire occasionalmente ai post. Questi due comportamenti prendono il nome di **ghosting** e **orbiting**.

La parola *ghosting* deriva dall'inglese *ghost*, cioè “fantasma”, e indica l'interruzione improvvisa e unilaterale di una comunicazione o di una relazione, senza spiegazioni. Chi fa ghosting smette di rispondere e diventa simbolicamente un fantasma. Il fenomeno può riguardare una relazione sentimentale, un'amicizia, una conoscenza nata online e perfino alcuni rapporti di studio o di lavoro. L'**orbiting** è invece una forma particolare di allontanamento: la comunicazione diretta viene interrotta, ma la persona continua a gravitare intorno alla vita digitale dell'altra,

per esempio visualizzando le storie, mettendo “Mi piace”, seguendo ancora il profilo o ricomparendo con brevi messaggi. Nel ghosting la persona scompare dalla comunicazione; nell'orbiting scompare dal rapporto, ma rimane visibile sui social. Non ogni risposta in ritardo rappresenta però un caso di ghosting. Una persona può essere impegnata, aver bisogno di tempo, non sapere che cosa dire oppure desiderare una pausa. Per parlare di ghosting deve esserci stata una comunicazione significativa, interrotta senza spiegazioni e con tentativi di contatto ignorati in modo prolungato. È inoltre importante distinguere il ghosting dalla scelta di interrompere i rapporti per ragioni di sicurezza: davanti a minacce, molestie, controllo o comportamenti aggressivi, bloccare un contatto e chiedere aiuto può essere la decisione più corretta.

Le ragioni del ghosting possono essere diverse. Alcune persone evitano il confronto perché temono di ferire l'altro o non sanno come esprimere ciò che provano. Altre considerano più semplice smettere di rispondere che affrontare una conversazione scomoda. La comunicazione digitale facilita questa scelta, perché permette di silenziare una chat, rimuovere un contatto o ignorare i messaggi senza incontrare fisicamente l'altra persona. Il ghosting evita il disagio immediato di chi scompare, ma lo trasferisce sulla persona lasciata senza spiegazioni.

Quando una relazione termina attraverso una comunicazione chiara, la conclusione può essere dolorosa, ma permette di comprendere che cosa è accaduto. Nel ghosting, invece, mancano risposte e certezze. La persona può chiedersi se abbia fatto qualcosa di sbagliato, se debba scrivere di nuovo o se il rapporto sia davvero finito. Può rileggere continuamente i messaggi, cercare errori nelle conversazioni precedenti e controllare se l'altra persona sia online. La mancanza di una spiegazione rende quindi più difficile accettare la fine della relazione.

L'orbiting può aumentare ulteriormente la confusione. Una visualizzazione, un “Mi piace” o una reazione possono sembrare segnali di interesse, ma potrebbero essere semplici gesti automatici, curiosità o abitudine. Chi li riceve può chiedersi se l'altra persona voglia riavvicinarsi o stia aspettando di essere ricontattata. Il problema è che i segnali digitali non hanno sempre un significato preciso. Guardare una storia non equivale a chiedere scusa, spiegare una scelta o manifestare la volontà di ricostruire un rapporto. Una comunicazione chiara richiede parole e comportamenti coerenti.

Ghosting e orbiting non riguardano soltanto le relazioni sentimentali. Possono verificarsi anche tra amici, quando qualcuno smette improvvisamente di rispondere, esce da un gruppo senza spiegazioni oppure continua a seguire online le persone dalle quali si è allontanato. Durante l'adolescenza le amicizie possono cambiare rapidamente, ma ridurre gradualmente i contatti è diverso dall'ignorare improvvisamente qualcuno. Anche un messaggio breve come “In questo periodo sento il bisogno di prendere un po' di distanza” può rendere la situazione più comprensibile.

Interrompere una relazione con rispetto non significa dover fornire lunghe spiegazioni o avviare una discussione infinita. È possibile comunicare la decisione in modo breve, sincero e non offensivo, evitando false speranze e colpe inutili. Si può scrivere, per esempio: “Ti ringrazio per il tempo trascorso insieme, ma non sento di voler continuare questa frequentazione” oppure “In questo periodo preferisco prendere le distanze. Non vorrei lasciarti senza una spiegazione”. La chiarezza non elimina la delusione, ma offre una conclusione più rispettosa del silenzio.

Quando qualcuno scompare, possiamo inviare un ultimo messaggio chiaro senza continuare a cercarlo ripetutamente. Se il silenzio prosegue, anche la mancata risposta diventa un'informazione sul modo in cui quella persona gestisce le relazioni. Nel caso dell'orbiting è utile non attribuire un significato eccessivo a visualizzazioni e “Mi piace”. Se questi segnali rendono difficile andare avanti, possiamo silenziare, rimuovere o bloccare il profilo. Stabilire un confine digitale non è una vendetta, ma un modo per proteggere il proprio benessere e scegliere quali presenze mantenere nei propri spazi online.

■ Domande

1. Che cosa indica il termine ghosting?

- a) La pubblicazione di contenuti anonimi
- b) L'interruzione improvvisa di una relazione senza spiegazioni
- c) La cancellazione temporanea di un'applicazione
- d) Il controllo continuo delle notifiche

Risposta giusta: B

2. Qual è la principale differenza tra ghosting e orbiting?

- a) Nell'orbiting la persona interrompe la comunicazione ma rimane presente sui social
- b) Il ghosting riguarda soltanto le amicizie
- c) Nell'orbiting il rapporto continua normalmente
- d) Non esiste alcuna differenza

Risposta giusta: A

3. Perché l'orbiting può creare confusione?

- a) Perché impedisce di utilizzare i social
- b) Perché i segnali digitali possono alimentare interpretazioni e speranze
- c) Perché cancella automaticamente i vecchi messaggi
- d) Perché obbliga le persone a incontrarsi

Risposta giusta: B

4. Quale comportamento rappresenta una comunicazione rispettosa?

- a) Smettere improvvisamente di rispondere
- b) Continuare a mettere “Mi piace” senza parlare
- c) Comunicare con chiarezza la volontà di interrompere il rapporto

d) Chiedere a un amico di bloccare l'altra persona

Risposta giusta: C

5. Che cosa può essere utile fare quando l'orbiting provoca disagio?

- a) Controllare continuamente chi visualizza le storie
- b) Pubblicare messaggi indiretti
- c) Stabilire un confine, silenziando o rimuovendo il profilo
- d) Creare un account falso per osservare l'altra persona

Risposta giusta: C

■ Traccia per l'attività in classe

Attività: Fantasma, Orbita o Messaggio Chiaro?

Gli studenti vengono divisi in piccoli gruppi. L'insegnante consegna a ciascun gruppo alcune carte con brevi situazioni, per esempio:

- una persona non risponde da due ore;
- un amico sparisce da settimane senza spiegazioni;
- una persona non scrive più, ma guarda ogni storia;
- qualcuno comunica chiaramente di voler interrompere una frequentazione;
- una persona blocca un contatto che la sta minacciando;
- un ex mette occasionalmente “Mi piace”, ma non cerca alcun dialogo.

Ogni gruppo deve collocare velocemente le carte in quattro categorie:

- ghosting;
- orbiting;
- comunicazione chiara;
- non ci sono abbastanza informazioni.

Dopo il confronto, ciascun gruppo sceglie una situazione di ghosting e la trasforma in un messaggio breve e rispettoso che permetta di chiudere la relazione senza lasciare l'altra persona nel dubbio.

I messaggi vengono letti alla classe, che elegge quello più **chiaro**, quello più **gentile** e quello più **diretto**.

L'attività si conclude con una regola condivisa: online, un piccolo gesto può creare grandi interpretazioni; quando è possibile, le parole sono più chiare di un silenzio, una visualizzazione o un “Mi piace”.

Sharenting e Oversharing

Fonte: Greta Ubbiali, “*Sharenting, i genitori violano il diritto alla privacy dei figli sui social?*” (*Il Sole 24 Ore - Alley Oop*, 29 novembre 2023)

Condividere sui social fotografie, video e racconti dedicati ai propri figli è ormai un’abitudine comune. Il fenomeno viene chiamato sharenting, termine nato dall’unione delle parole inglesi share, condividere, e parenting, fare i genitori.

L’articolo pubblicato da *Il Sole 24 Ore* spiega che la condivisione può iniziare ancora prima della nascita, attraverso fotografie delle ecografie o video dedicati alla gravidanza, e continuare poi con immagini, aneddoti, informazioni sulla salute, risultati scolastici e momenti della vita quotidiana.

Quando la pubblicazione diventa particolarmente frequente ed espone una grande quantità di dati personali, si parla anche di oversharenting. Il problema non riguarda la normale volontà di raccontare un momento importante, ma la condivisione eccessiva, spesso effettuata senza che il bambino possa esprimere un consenso consapevole.

Ogni contenuto contribuisce infatti a costruire l’impronta digitale del minore. Fotografie, informazioni e racconti pubblicati dagli adulti possono rimanere online per molto tempo e influenzare il modo in cui il bambino verrà percepito in futuro.

L’articolo ricorda inoltre che la privacy è un diritto anche dei più piccoli. La pubblicazione di contenuti può esporli al giudizio degli altri, al cyberbullismo, al furto di identità e all’uso improprio delle immagini.

Questo non significa che ogni fotografia familiare debba essere vietata. È però importante riflettere prima di pubblicare, limitare le informazioni identificative, utilizzare impostazioni di privacy adeguate e coinvolgere i figli nella decisione quando sono abbastanza grandi da poter esprimere la propria opinione.

■ Chiave di lettura dell’articolo

Una fotografia del primo giorno di scuola, il video di una recita, un risultato sportivo o un momento divertente in famiglia: condividere sui social le esperienze vissute con i propri figli può sembrare un modo naturale per conservarne il ricordo e raccontarlo ad amici e parenti. Quando però immagini, informazioni e dettagli della vita di bambini e adolescenti vengono pubblicati frequentemente e davanti a un pubblico molto ampio, si parla di **sharenting**.

Il termine deriva dall’unione delle parole inglesi *share*, cioè condividere, e *parenting*, cioè fare i genitori. Lo sharenting comprende fotografie, video, ecografie, informazioni sulla scuola, risultati sportivi, dati sulla salute, episodi divertenti o imbarazzanti, luoghi frequentati e abitudini quotidiane. Non riguarda quindi soltanto le immagini: anche un racconto scritto può rivelare informazioni private e contribuire a costruire l’identità digitale di una persona.

Il termine **oversharing** significa invece “condividere troppo” e indica la pubblicazione eccessiva di informazioni personali, intime o potenzialmente delicate. Può riguardare chiunque e comprendere dettagli sulle relazioni, sulla salute, sui problemi familiari, sugli spostamenti o sulla situazione economica. Non esiste una quantità precisa di post oltre la quale si possa parlare automaticamente di eccesso: molto dipende dal tipo di contenuto, dal pubblico che può vederlo e dalle possibili conseguenze. Una fotografia di una cena, per esempio, non equivale a pubblicare il proprio indirizzo, la posizione in tempo reale o una conversazione privata. Condividere esperienze personali non è necessariamente negativo. Può aiutare a ricevere sostegno, sentirsi parte di una comunità e far conoscere situazioni importanti. Il problema nasce quando la pubblicazione avviene senza riflettere su chi potrà vedere il contenuto, come potrà utilizzarlo e quali effetti potrà avere in futuro. Quando lo sharenting diventa particolarmente frequente ed espone molti aspetti della vita di un figlio, viene spesso definito **oversharenting**. In questo caso l’adulto non sta condividendo soltanto informazioni che lo riguardano, ma sta decidendo anche per un’altra persona, che potrebbe essere troppo piccola per comprendere la pubblicazione o esprimere il proprio consenso.

Ogni contenuto pubblicato lascia una traccia e contribuisce a formare l’**impronta digitale** di una persona. Molti bambini possiedono un’identità online ancora prima di poter utilizzare autonomamente Internet. Fotografie della nascita, compleanni, vacanze e risultati scolastici costruiscono una narrazione pubblica della loro vita, scelta dagli adulti. Anche quando un contenuto viene cancellato, potrebbe essere già stato salvato, copiato, condiviso, fotografato tramite uno screenshot o pubblicato su un altro profilo. Un account privato riduce il numero di persone che possono vedere i contenuti, ma non impedisce che un contatto li salvi o li inoltri.

Uno dei temi centrali dello sharenting è il consenso. I bambini molto piccoli non possono comprendere pienamente che cosa significhi pubblicare una fotografia online, ma crescendo possono essere coinvolti nella decisione. Chiedere il permesso prima di condividere insegna che ogni persona ha il diritto di controllare la propria immagine. Se un ragazzo o una ragazza chiede di non pubblicare una fotografia, la sua scelta dovrebbe essere rispettata. Essere fotografati, infatti, non significa automaticamente accettare che l’immagine venga resa pubblica. Lo stesso principio vale tra amici: prima di condividere una foto di gruppo o lo screenshot di una conversazione è corretto chiedere il consenso delle persone coinvolte.

Una fotografia apparentemente innocua può inoltre rivelare molte informazioni. Dallo sfondo possono emergere il nome della scuola, la squadra sportiva, la strada di casa, la targa di un’automobile, i luoghi frequentati abitualmente e gli orari delle attività. Anche la geolocalizzazione può mostrare dove si trova una persona. Pubblicare in tempo reale un’immagine durante una vacanza può, per esempio, comunicare che la famiglia è lontana da casa. Prima di condividere è quindi utile osservare anche lo sfondo, controllare la posizione associata alla fotografia e chiedersi quali dati potrebbe ricavare una persona sconosciuta.

Molti contenuti dedicati ai bambini vengono pubblicati perché considerati buffi o teneri. Un adulto può trovare divertente la fotografia di un figlio mentre piange, dorme in una posizione strana o commette un errore, ma il bambino potrebbe viverla in futuro come una violazione della propria intimità. Il problema aumenta quando momenti di fragilità, visite mediche, punizioni o difficoltà personali vengono trasformati in intrattenimento per ottenere visualizzazioni e “Mi piace”. Prima di pubblicare è utile domandarsi se il contenuto rispetti la dignità della persona, possa metterla in imbarazzo o contenga informazioni intime. A volte è possibile raccontare un’esperienza senza rendere riconoscibile il bambino, evitando nomi e luoghi, fotografandolo di spalle o nascondendone il volto.

Parlare di sharenting non significa sostenere che ogni condivisione familiare sia pericolosa. I social permettono di mantenere i rapporti con parenti lontani, conservare ricordi e trovare sostegno. Anche raccontare una malattia o una disabilità può contribuire a ridurre l’isolamento e creare comunità. È però importante trovare un equilibrio tra il desiderio dell’adulto di raccontare e il diritto del minore alla privacy. Non conta soltanto che cosa viene pubblicato, ma anche quanto frequentemente, davanti a quale pubblico, con quali impostazioni e con quali possibili conseguenze.

Anche gli adolescenti possono praticare oversharing. Un momento di rabbia può portare a pubblicare una conversazione privata, mentre il desiderio di ricevere sostegno può spingere a raccontare un problema personale davanti a un pubblico troppo ampio. Prima di condividere può essere utile immaginare che il contenuto venga visto dagli amici più stretti, da tutti i compagni di scuola e da una persona sconosciuta. Se questa possibilità crea disagio, è preferibile scegliere un canale più riservato, parlare direttamente con una persona fidata oppure aspettare prima di pubblicare.

Per ridurre i rischi dello sharenting e dell’oversharing non è necessario smettere di utilizzare i social. È però utile chiedere il consenso, evitare contenuti intimi o umilianti, non mostrare indirizzi e luoghi abituali, disattivare la posizione geografica, controllare il pubblico del post e non condividere impulsivamente durante un momento di rabbia. La domanda più importante rimane semplice: stiamo condividendo un momento oppure stiamo esponendo una persona? La consapevolezza digitale consiste anche nel capire che non tutto ciò che può essere pubblicato deve necessariamente diventare pubblico.

■ Domande

1. Che cosa indica il termine sharenting?

- a) L’utilizzo dei social esclusivamente da parte dei bambini
- b) La condivisione online da parte degli adulti di contenuti riguardanti i propri figli
- c) Il divieto di pubblicare fotografie familiari

d) La creazione di un profilo privato

Risposta giusta: B

2. Che cosa significa oversharing?

- a) Condividere eccessivamente informazioni personali o intime
- b) Utilizzare contemporaneamente più social network
- c) Pubblicare soltanto contenuti divertenti
- d) Cancellare frequentemente i propri post

Risposta giusta: A

3. Perché lo sharenting può influenzare l’identità digitale di un bambino?

- a) Perché elimina automaticamente le sue fotografie
- b) Perché crea una raccolta di informazioni online prima che possa scegliere autonomamente
- c) Perché impedisce al bambino di utilizzare Internet
- d) Perché rende ogni profilo privato

Risposta giusta: B

4. Quale comportamento è più rispettoso prima di pubblicare una fotografia di un’altra persona?

- a) Chiedere il suo consenso
- b) Pubblicarla e avvisarla successivamente
- c) Rendere il post visibile a tutti
- d) Aggiungere il suo nome completo

Risposta giusta: A

5. Quale informazione è preferibile non mostrare pubblicamente?

- a) Il colore preferito
- b) Il titolo di un film
- c) Il nome della scuola e la posizione abituale
- d) Una canzone ascoltata

Risposta giusta: C

■ Traccia per l’attività in classe

Attività: Pubblico, Amici o Cassetto?

L’insegnante prepara alcune carte con possibili contenuti social:

- una fotografia del primo giorno di scuola con il nome dell’istituto;
- un selfie durante una vacanza già conclusa;
- lo screenshot di una conversazione privata;
- un video divertente di un fratello che dorme;
- una fotografia di gruppo;
- il racconto di un problema personale;
- una foto di un animale domestico;

- la posizione in tempo reale della propria casa.

Gli studenti, divisi in piccoli gruppi, devono collocare rapidamente ogni carta in una delle tre categorie:

- Pubblico;
- Solo amici stretti;
- Nel cassetto: meglio non pubblicare.

Ogni gruppo sceglie poi una carta rischiosa e modifica il contenuto per renderlo più sicuro, per esempio eliminando la posizione, chiedendo il consenso, coprendo un volto o aspettando il rientro da una vacanza.

Vince il gruppo che trova la soluzione più semplice e creativa per condividere senza esporre informazioni inutili.

Scheda didattica

Echo Chamber

Fonte: Manuela Plastina, “*Algoritmi e social: chi sceglie davvero le notizie?*” (La Nazione, 17 marzo 2026)

Quando apriamo un social network, i contenuti non vengono mostrati in modo casuale. Gli algoritmi osservano ciò che guardiamo, i post ai quali mettiamo “Mi piace”, le pagine che seguiamo e ciò che condividiamo, utilizzando queste informazioni per proporci contenuti simili ai nostri interessi.

L'articolo pubblicato da La Nazione sottolinea che questo sistema può risultare comodo: permette di trovare rapidamente notizie e argomenti che ci interessano. Esiste però anche il rischio di vedere soprattutto opinioni vicine alle nostre, fino ad avere l'impressione che la maggior parte delle persone condivida il nostro stesso punto di vista.

Questa selezione può renderci meno disponibili ad ascoltare idee differenti e favorire la circolazione delle fake news. Un'informazione falsa che conferma ciò in cui crediamo può infatti apparirci più convincente e può essere condivisa senza sufficienti verifiche.

Lo sviluppo dell'intelligenza artificiale rende inoltre più semplice creare immagini e testi falsi ma realistici. Per questo, secondo l'articolo, è importante controllare la fonte, cercare conferme, leggere l'intero contenuto senza fermarsi al titolo e non condividere informazioni delle quali non siamo sicuri.

Comprendere il funzionamento degli algoritmi aiuta quindi a usare Internet in modo più consapevole e a evitare che il proprio feed diventi uno spazio composto soltanto da idee simili alle nostre.

■ Chiave di lettura dell'articolo

Immaginiamo due studenti che aprono lo stesso social network nello stesso momento. Il primo vede video dedicati all'ambiente, articoli sul cambiamento climatico e contenuti di associazioni ecologiste. Il secondo incontra post che mettono in dubbio la gravità del problema e criticano le politiche ambientali. Utilizzano la stessa piattaforma, ma osservano due rappresentazioni molto diverse della realtà. Questo accade perché i social personalizzano i contenuti sulla base delle attività di ogni utente e perché tendiamo spontaneamente a seguire persone con interessi e opinioni simili alle nostre. Quando queste dinamiche si rafforzano può formarsi una **echo chamber**, cioè una “camera dell'eco”: un ambiente, soprattutto digitale, nel quale incontriamo prevalentemente informazioni e persone che confermano ciò che già pensiamo.

Le echo chamber non sono create soltanto dagli algoritmi. Anche nella vita quotidiana tendiamo a frequentare chi condivide i nostri valori e interessi, un comportamento chiamato **omofilia**. Sui social possiamo seguire persone che la pensano come noi, entrare in gruppi dedicati ai nostri interessi, interagire soprattutto con contenuti che ci piacciono e ignorare opinioni differenti.

Gli algoritmi osservano queste scelte e propongono altri contenuti simili. Si crea così un circuito: scegliamo informazioni vicine alle nostre idee, la piattaforma registra il nostro interesse, riceviamo contenuti dello stesso tipo e i punti di vista diversi diventano progressivamente meno visibili.

Le espressioni **echo chamber** e **filter bubble** vengono spesso utilizzate come sinonimi, ma indicano due aspetti differenti. La filter bubble, cioè “bolla dei filtri”, riguarda soprattutto la personalizzazione automatica dei contenuti da parte degli algoritmi. La echo chamber comprende invece anche le relazioni e le comunità, nelle quali le persone tendono a ripetere e rafforzare reciprocamente le stesse idee. Le due dinamiche possono sovrapporsi: seguiamo utenti simili a noi e, contemporaneamente, il sistema ci propone altri contenuti coerenti con ciò che abbiamo già mostrato di apprezzare.

Non sempre ci accorgiamo di trovarci in una camera dell'eco. Il feed può contenere centinaia di profili, notizie e video, ma molte fonti possono condividere la stessa interpretazione. Incontrando continuamente una certa opinione possiamo iniziare a considerarla evidente, indiscutibile o condivisa da quasi tutti. Frasi come “Ormai tutti sanno che...”, “Nessuno crede più a...” oppure “Solo una persona ingenua potrebbe pensarla diversamente” possono sembrare credibili all'interno della nostra comunità digitale, anche se fuori da quello spazio esistono molte posizioni differenti. Il feed, infatti, non rappresenta l'intera società: è una selezione costruita sulla base dei nostri comportamenti, delle nostre relazioni e delle scelte della piattaforma.

Le echo chamber sono collegate anche al **bias di conferma**, cioè la tendenza a cercare, ricordare e considerare più convincenti le informazioni che confermano ciò in cui crediamo già. Se pensiamo che un determinato alimento sia dannoso, potremmo notare soprattutto gli articoli che ne descrivono i rischi e ignorare quelli che presentano dati differenti. Questo meccanismo riguarda tutti, soprattutto quando un argomento coinvolge valori, identità o appartenenza a un gruppo. Una notizia coerente con le nostre idee può sembrarci subito plausibile, mentre una contraria viene analizzata con maggiore diffidenza. “Mi piace”, commenti e condivisioni rafforzano ulteriormente questa impressione, anche quando la fonte non è stata verificata.

Le fake news possono quindi circolare facilmente all'interno di comunità molto omogenee. Se una notizia conferma l'opinione dominante del gruppo, può essere condivisa rapidamente perché appare credibile e rafforza l'identità comune. La ripetizione produce inoltre familiarità: incontrare molte volte la stessa affermazione può farcela sembrare vera semplicemente perché ci è nota. Una camera dell'eco può anche respingere le smentite, considerando inaffidabili le fonti esterne e accettando più facilmente quelle interne. Si crea così un ragionamento circolare: le nostre fonti dicono la verità perché appartengono al gruppo, chi ci contraddice non è affidabile e il fatto che ci critichi viene interpretato come una conferma delle nostre idee.

Quando gruppi differenti vivono in ambienti informativi separati può aumentare la **polarizzazione**, cioè la divisione in schieramenti sempre più contrapposti. Non si discutono più soltanto le idee: anche le persone dell'altro gruppo possono essere considerate ignoranti, pericolose o in malafede. I social possono rendere più visibili i contenuti estremi perché attirano più commenti e reazioni rispetto alle spiegazioni moderate. Questo non significa che gli algoritmi siano l'unica causa delle divisioni politiche e sociali, ma possono rafforzarle facilitando la formazione di comunità molto omogenee.

Vedere opinioni differenti, però, non risolve automaticamente il problema. Quando una questione tocca profondamente la nostra identità, incontrare un messaggio contrario e aggressivo può spingerci a difendere ancora di più la posizione iniziale. Per uscire da una camera dell'eco non basta quindi cercare l'opinione più estrema dello schieramento opposto. È più utile confrontarsi con fonti affidabili, spiegazioni argomentate e persone capaci di discutere senza insultare. Comprendere una posizione diversa non significa necessariamente accettarla, ma provare a valutarne le ragioni prima di giudicarla.

Non tutte le comunità online sono echo chamber. Un gruppo può permettere di condividere conoscenze, trovare sostegno, organizzare attività e confrontarsi su passioni comuni. Il problema nasce quando rifiuta qualsiasi informazione esterna, considera ogni critica un attacco e impedisce ai membri di esprimere dubbi. Una comunità aperta può avere valori condivisi e accettare allo stesso tempo domande e opinioni differenti; una camera dell'eco tende invece a trasformare il disaccordo in una minaccia.

Uscire completamente da ogni bolla è probabilmente impossibile, ma possiamo rendere la nostra esperienza informativa più varia. È utile seguire testate e autori differenti, cercare direttamente le notizie senza affidarsi soltanto al feed, confrontare più fonti sullo stesso argomento, distinguere fatti e opinioni e leggere un contenuto completo prima di condividerlo. Possiamo inoltre osservare se tutti i profili che seguiamo utilizzano gli stessi argomenti e le stesse parole e provare a confrontarci con persone capaci di mantenere un dialogo rispettoso. Ampliare il proprio punto di vista non significa dare spazio a contenuti falsi o offensivi, ma riconoscere che una questione complessa può essere osservata da prospettive differenti.

■ Domande

1. Che cosa indica l'espressione echo chamber?

- a) Una stanza utilizzata per registrare suoni
- b) Un ambiente in cui incontriamo soprattutto idee che confermano le nostre
- c) Un'applicazione per eliminare le fake news
- d) Un gruppo nel quale nessuno può pubblicare contenuti

Risposta giusta: B

2. In che modo gli algoritmi possono contribuire alla formazione di una echo chamber?

- a) Mostrando contenuti simili a quelli con cui interagiamo
- b) Eliminando tutte le opinioni politiche
- c) Mostrando a tutti lo stesso feed
- d) Impedendo agli utenti di seguire nuove pagine

Risposta giusta: A

3. Che cos'è il bias di conferma?

- a) La tendenza a credere soltanto alle persone famose
- b) La tendenza a preferire informazioni che confermano ciò che pensiamo già
- c) L'obbligo di verificare ogni notizia
- d) La capacità di cambiare idea rapidamente

Risposta giusta: B

4. Qual è la differenza principale tra filter bubble ed echo chamber?

- a) La filter bubble riguarda la personalizzazione algoritmica, mentre la echo chamber riguarda anche gruppi e relazioni
- b) La echo chamber esiste soltanto nei giornali
- c) La filter bubble riguarda esclusivamente i videogiochi
- d) Non esiste alcuna differenza

Risposta giusta: A

5. Quale comportamento può aiutare ad ampliare il proprio punto di vista?

- a) Seguire soltanto profili che la pensano come noi
- b) Condividere subito le notizie che confermano le nostre idee
- c) Confrontare fonti differenti e leggere i contenuti completi
- d) Bloccare ogni opinione diversa

Risposta giusta: C

■ Traccia per l'attività in classe

Attività: Scoppiare la bolla

Gli studenti vengono divisi in piccoli gruppi. Ogni gruppo riceve una notizia immaginaria e due brevi feed: uno formato soltanto da commenti favorevoli e uno composto soltanto da commenti contrari.

In tre minuti gli studenti devono aggiungere al feed tre contenuti capaci di "scoppiare la bolla":

- una fonte attendibile;
- un'opinione diversa ma rispettosa;
- una domanda che aiuti ad approfondire.

Ogni gruppo legge alla classe il proprio nuovo feed. Vince quello che riesce a introdurre più punti di vista senza trasformare il confronto in una lite.

L'attività si conclude con una regola: **conoscere un'opinione diversa non significa accettarla, ma imparare a comprenderla prima di giudicarla.**

Scheda didattica

Flamewar

Fonte: Beppe Severgnini, “Il cinismo e gli insulti dei commenti sul web” (Corriere della Sera, 20 dicembre 2014)

Commentare una notizia online permette ai lettori di esprimere opinioni, aggiungere informazioni e confrontarsi con altre persone. La libertà di partecipare alla discussione, però, non coincide con la libertà di insultare, diffamare o ferire gli altri.

L'articolo pubblicato dal Corriere della Sera riflette sulla crescente presenza di aggressività, volgarità e attacchi personali nelle sezioni dedicate ai commenti. In alcuni casi pochi utenti particolarmente aggressivi possono trasformare uno spazio di confronto in un luogo dominato da provocazioni e insulti, allontanando chi vorrebbe partecipare in modo rispettoso.

L'autore racconta che la moderazione dei commenti richiede molte risorse. Controllare migliaia di interventi, eliminare quelli offensivi e distinguere una critica legittima da un attacco personale può diventare un'attività difficile e costosa per giornali e piattaforme.

Per questa ragione alcuni siti hanno limitato o eliminato la possibilità di commentare. Non si tratta necessariamente di censurare le opinioni, ma di impedire che gli spazi digitali vengano occupati da pochi utenti interessati soprattutto a provocare e disturbare.

L'articolo evidenzia quindi una responsabilità condivisa: le piattaforme devono stabilire regole chiare e intervenire contro gli abusi, ma anche gli utenti devono ricordare che dall'altra parte dello schermo ci sono persone reali. Il diritto di esprimersi non elimina il dovere di rispettare la libertà e la dignità degli altri.

■ Chiave di lettura dell'articolo

In una chat di classe viene condiviso un video. Uno studente scrive di non essere d'accordo, un compagno gli risponde in modo ironico, un altro interviene per difenderlo e qualcuno pubblica una battuta offensiva. In pochi minuti la discussione non riguarda più il video: i partecipanti iniziano ad accusarsi, scrivono in maiuscolo, recuperano vecchi contrasti e coinvolgono altre persone. Quella che era iniziata come una differenza di opinioni si è trasformata in una **flamewar**.

Il termine inglese nasce dall'unione di *flame*, cioè fiamma, e *war*, cioè guerra. Indica una discussione online particolarmente accesa, caratterizzata da provocazioni, insulti, attacchi personali e risposte sempre più aggressive. Il singolo messaggio offensivo viene chiamato **flame**; quando più utenti rispondono alimentando reciprocamente il conflitto nasce una flamewar. Non ogni discussione vivace rientra però in questa definizione: il problema emerge quando il confronto sull'argomento viene sostituito dallo scontro tra le persone.

Una flamewar può iniziare da un tema serio, da un'incomprensione o da una semplice battuta. Una risposta provocatoria viene percepita come un attacco, chi la riceve cerca di difendersi e il tono diventa progressivamente più aggressivo. Altri

utenti intervengono, si formano schieramenti e la discussione si allontana dall'argomento iniziale. A un certo punto non si cerca più di comprendere il punto di vista dell'altro: l'obiettivo diventa vincere, umiliare l'avversario o avere l'ultima parola.

La comunicazione scritta favorisce inoltre le incomprensioni. Nei messaggi non vediamo il volto dell'altra persona, non sentiamo il tono della voce e non possiamo interpretarne i gesti. Una frase ironica può apparire offensiva, mentre una risposta breve può sembrare fredda o sprezzante. Alcune persone scrivono online cose che difficilmente direbbero durante una conversazione faccia a faccia. Questo comportamento è collegato al cosiddetto **effetto di disinibizione online**: anonimato, distanza fisica, invisibilità e possibilità di rispondere in un momento diverso possono ridurre la percezione delle conseguenze delle proprie parole. Questi elementi non rendono automaticamente aggressivi, ma possono facilitare comportamenti più intensi rispetto a quelli adottati di persona.

Anche il pubblico svolge un ruolo importante. Una flamewar raramente rimane limitata alle due persone che l'hanno iniziata. Altri utenti possono schierarsi, mettere “Mi piace” ai commenti più aggressivi, condividere schermate, pubblicare meme o invitare altre persone nella conversazione. La presenza di spettatori può spingere i partecipanti a rendere le risposte più spettacolari e offensive. Un insulto che riceve molti consensi può sembrare una vittoria, mentre una risposta moderata appare meno efficace. In questo modo il conflitto diventa una forma di spettacolo e l'argomento iniziale perde importanza.

Flamewar e **trolling** sono fenomeni collegati, ma non identici. Il troll entra in una conversazione con l'obiettivo di provocare reazioni, disturbare il confronto o divertirsi osservando il conflitto. Può pubblicare affermazioni estreme o offensive senza crederci realmente. Una flamewar può invece coinvolgere persone sinceramente convinte delle proprie opinioni, ma incapaci di gestire il disaccordo. Il troll può accendere la prima scintilla, mentre gli altri utenti alimentano la fiamma rispondendo. Per questo viene spesso utilizzata l'espressione *Don't feed the troll*, cioè “Non nutrire il troll”: reagire continuamente a una provocazione può aumentarne la visibilità e prolungare lo scontro.

Il disaccordo non è necessariamente negativo. Confrontare opinioni differenti può aiutare a conoscere nuovi punti di vista, correggere errori e sviluppare un pensiero critico. La differenza dipende dal modo in cui viene espresso. Una critica riguarda ciò che una persona ha detto: “Non sono d'accordo perché i dati mostrano una situazione diversa”. Un attacco personale colpisce invece la persona: “Solo un ignorante potrebbe pensarla così”. Nel primo caso il confronto può continuare attraverso dati e argomenti; nel secondo la discussione si sposta sull'intelligenza, sull'aspetto o sulle caratteristiche dell'interlocutore.

Tra i principali segnali di una flamewar troviamo insulti, prese in giro, uso eccessivo delle lettere maiuscole, minacce, risposte impulsive, coinvolgimento di persone

estranee, recupero di vecchi conflitti e abbandono dell'argomento iniziale.

Una flamewar non coincide automaticamente con l'**hate speech** o con il **cyberbullismo**, anche se può trasformarsi in questi fenomeni. L'hate speech attacca persone o gruppi sulla base di caratteristiche come origine, religione, genere, orientamento sessuale o disabilità. Il cyberbullismo riguarda invece comportamenti aggressivi e ripetuti diretti contro una persona, spesso in presenza di uno squilibrio di potere. Se un gruppo concentra gli attacchi su un singolo compagno, condivide materiale umiliante o continua a perseguitarlo nel tempo, non si tratta più soltanto di una discussione degenerata.

Durante una flamewar è difficile smettere perché possiamo sentire il bisogno di rispondere immediatamente. Temiamo che il silenzio venga interpretato come una sconfitta oppure pensiamo che il prossimo messaggio chiarirà finalmente la nostra posizione. Quando il livello di aggressività è già molto alto, però, ogni nuova risposta può provocarne un'altra. Le emozioni forti riducono il tempo dedicato alla riflessione: scriviamo, inviamo e soltanto dopo ci accorgiamo che il messaggio era eccessivo. Non rispondere non significa necessariamente dare ragione all'altra persona, ma può voler dire riconoscere che la conversazione non sta più producendo un confronto utile.

Per spegnere una flamewar la prima strategia è rallentare. Prima di inviare un messaggio possiamo rileggerlo e chiederci se lo diremmo nello stesso modo guardando l'altra persona negli occhi. Può essere utile aspettare alcuni minuti, concentrarsi sull'argomento e non sulla persona, chiedere chiarimenti quando una frase è ambigua ed evitare sarcasmo e lettere maiuscole. È inoltre importante non coinvolgere altri utenti per creare schieramenti, interrompere la conversazione quando diventa offensiva e segnalare minacce, odio o molestie. In alcuni casi spostare il confronto fuori dalla chat e parlare a voce permette di comprendere meglio tono e intenzioni.

La **netiquette**, cioè l'insieme delle regole di buona educazione online, non serve a eliminare il disaccordo. Serve a permettere alle persone di discutere, esprimere critiche e difendere le proprie idee senza trasformare ogni differenza in una guerra.

■ Domande

1. Che cosa indica il termine flamewar?

- a) Una campagna pubblicitaria online
- b) Una discussione digitale che degenera in provocazioni e attacchi personali
- c) Un sistema per eliminare i commenti
- d) Una conversazione privata tra due amici

Risposta giusta: B

2. Che cosa viene chiamato flame?

- a) Un singolo messaggio aggressivo o offensivo

- b) Una fotografia pubblicata senza consenso
- c) Un profilo falso
- d) Un articolo particolarmente condiviso

Risposta giusta: A

3. Qual è la differenza tra una critica e un attacco personale?

- a) La critica riguarda l'idea, mentre l'attacco colpisce la persona
- b) La critica contiene sempre un insulto
- c) L'attacco personale presenta dati verificabili
- d) Non esiste alcuna differenza

Risposta giusta: A

4. Che cosa può favorire la disinibizione online?

- a) La presenza fisica dell'interlocutore
- b) L'anonimato, l'invisibilità e la distanza
- c) La lettura di più fonti
- d) L'utilizzo di un linguaggio rispettoso

Risposta giusta: B

5. Quale comportamento può contribuire a spegnere una flamewar?

- a) Rispondere immediatamente a ogni provocazione
- b) Coinvolgere altri utenti nello scontro
- c) Fare una pausa e concentrarsi sull'argomento
- d) Scrivere tutto in lettere maiuscole

Risposta giusta: C

■ Traccia per l'attività in classe

Attività: Spegni la fiamma

L'insegnante mostra alla classe alcune risposte tipiche di una flamewar:

- “Ma hai letto quello che hai scritto?”
- “Solo un ignorante può pensarla così.”
- “Impara a informarti prima di parlare.”
- “Tutti sanno che hai torto.”
- “Non capisci mai niente.”

Divisi in piccoli gruppi, gli studenti hanno cinque minuti per trasformare ogni frase in una risposta ferma ma rispettosa.

Per esempio:

“Non sono d'accordo: possiamo confrontare le fonti che abbiamo utilizzato?”

Ogni gruppo legge la propria versione. La classe assegna tre premi:

- Miglior pompiere, alla risposta che spegne meglio il conflitto;

- Più chiara, alla risposta che esprime meglio il disaccordo;
- Più ironica ma gentile, alla risposta divertente che non offende.

Vince il gruppo che riesce a difendere le proprie idee senza aggiungere altra benzina alla discussione.

Parte II

Financial Literacy

“Young Factor” edizione 2026/2027

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

Con l'anno scolastico 2026/2027 l'iniziativa “Young Factor” si ripropone ai docenti e ai ragazzi delle scuole con la ormai consueta redazione del Libro di lavoro. Con il Libro 2026/2027 si conclude un ciclo di cinque edizioni che nelle intenzioni dei redattori ha voluto rappresentare un insieme di temi assolutamente rilevanti per porre le basi di una conoscenza consapevole sul mondo economico e finanziario nell'attuale contesto di mercato e sociale.

Come sempre anche questa edizione del Libro di lavoro è proposta dall'Osservatorio for independent thinking che ha potuto beneficiare dell'importante supporto di due gruppi bancari rappresentati da Intesa Sanpaolo e da UniCredit.

Benché le intenzioni siano costantemente rivolte ad intercettare e fare proprie possibili innovazioni nell'offerta formativa, la struttura del “Libro di Lavoro” ancora una volta prevede le 10 schede didattiche su altrettanti temi ritenuti di interesse per i lettori, ciascuna delle quali prende avvio con la segnalazione di due articoli tratti dal quotidiano Il Sole 24 Ore e un loro breve commento individuandone talune chiavi di lettura. La scheda vera e propria si articola poi in diverse sezioni funzionali all'apprendimento del lettore: in particolare, il tema viene indagato attraverso una sua analisi nell'attuale contesto economico e sociale, a cui seguono supporti didattici volti ad aiutare il lettore a comprendere meglio ciascun tema proposto. Si tratta di uno snello apparato didattico che nello specifico consente ai docenti di proporre agli studenti delle attività da svolgere in classe, tra cui anche dei semplici test di valutazione delle conoscenze acquisite.

Come già anticipato, questa edizione del Libro di lavoro affronta temi che completano il ciclo di argomenti avviato cinque anni fa con l'obiettivo di fornire ai lettori un quadro completo e articolato di concetti alla base delle principali dinamiche del mondo economico e finanziario.

Si sono affrontati, infatti, temi che hanno avuto per oggetto, nell'ordine, la cosiddetta "cassetta degli attrezzi" per un giovane che si avvicina all'economia (consumo, risparmio, investimento, inflazione e così via); ha fatto poi seguito in una successiva edizione l'inquadramento di buona parte di questi concetti di base anche al di fuori del nostro Paese per una visione globale e di apertura verso le realtà estere; quindi l'analisi si è spostata nel Libro successivo verso l'analisi dei principali fenomeni che condizionano lo sviluppo economico in generale portando l'attenzione a temi di ampio respiro quali, ad esempio, il protezionismo, il trade finance, l'internazionalizzazione e l'evoluzione di import e export; infine, l'edizione dello scorso anno si è focalizzata su temi prettamente finanziari allo scopo di identificare i più rilevanti "mattoncini" per l'edificazione di una solida base di educazione finanziaria.

Tenuto conto di tutto ciò, ecco che all'attuale edizione del Libro di lavoro non resta che porre attenzione sull'economia reale e sul ruolo delle imprese nel contesto economico per la cui comprensione tornano particolarmente utili gli argomenti oggetto delle edizioni precedenti. Pertanto, il "filo rosso" riguarda il modo di fare impresa e il suo ruolo nell'economia reale, abbinati al supporto dato dal sistema bancario e finanziario.

Da un lato, quindi, vengono presentati alcuni concetti di base della gestione di una impresa: chi è un IMPRENDITORE e quali sono alcune grandezze di dominio comune quando si parla di una impresa quali appunto i concetti di FATTURATO, di BILANCIO e di BUDGET, accanto a concetti più complessi ma altrettanto significativi al fine di garantire ad una impresa il perseguimento ottimale dei suoi obiettivi, quali la GOVERNANCE e l'attività di MARKETING.

Dall'altro lato si presentano alcuni ambiti esterni all'impresa, ma che ne possono influenzare grandemente la sua gestione, quali il suo inserimento in un contesto di mercato (MONOPOLIO), il riconoscimento di uno standard qualitativo di prodotto (MADE IN ITALY) e il supporto finanziario alla propria attività (FINANZA D'IMPRESA e BORSA).

Tutti noi e i nostri giovani in particolare siamo continuamente sollecitati da informazioni e da analisi di fenomeni di cui spesso non è possibile conoscere con esattezza l'autorevolezza e talvolta nemmeno la veridicità. L'ambizione dell'Osservatorio attraverso questa iniziativa - e le tante altre che lo vedono coinvolto - è di mettere a disposizione strumenti e opportunità affinché i giovani possano essere stimolati a ragionare con la propria testa spinti dalla loro innata curiosità. Ma in questo processo non va dimenticato il ruolo dell'educatore perché questo processo risulterà sempre più efficace se anche gli insegnanti sono messi nella

condizione di assecondarli avendo loro stessi acquisito gli elementi di conoscenze economiche e finanziarie da trasmettere.

È questa l'ambizione che tutti gli anni porta coloro che contribuiscono alla realizzazione del Libro di lavoro a mettere a disposizione il loro prezioso contributo e che sentitamente ringrazio.

Parte III

Ecological Literacy

**“E-Project:
ecological literacy”
edizione
2026/2027**

enel

Per l'anno scolastico 2026/2027, l'Osservatorio for independent thinking, in collaborazione con Enel, promuove la quinta edizione di “E-Project: Ecological Literacy”, un'iniziativa dedicata ai temi della sostenibilità ambientale e della transizione energetica.

Il progetto è rivolto agli studenti di tutte le classi delle scuole secondarie di secondo grado che partecipano all'iniziativa “Il Quotidiano in Classe”.

L'obiettivo di “E-Project: Ecological Literacy” è favorire negli studenti lo sviluppo di una maggiore consapevolezza e capacità critica nell'analisi delle informazioni relative alle tematiche ambientali, promuovendo un approccio sempre più informato, responsabile e consapevole alle questioni legate alla sostenibilità e alla transizione energetica.

Nel corso del progetto, le classi partecipanti avranno accesso a materiali didattici dedicati e webinar con esperti, attraverso i quali potranno approfondire i principali aspetti del tema e acquisire strumenti utili per interpretare e valutare le informazioni in modo autonomo e consapevole.

Al termine del percorso, gli studenti saranno chiamati a mettere in pratica le competenze acquisite attraverso la realizzazione di una tesina in formato PowerPoint,

dedicata a uno dei seguenti ambiti tematici:

- **I progressi delle politiche ambientali**

Questo tema permetterà di analizzare l'evoluzione delle politiche e delle strategie adottate nel tempo per affrontare le principali sfide ambientali, sia a livello nazionale sia internazionale. Gli studenti potranno approfondire il percorso che ha portato alla definizione di obiettivi sempre più ambiziosi in materia di riduzione delle emissioni, tutela degli ecosistemi, sviluppo delle energie rinnovabili, efficienza energetica e contrasto ai cambiamenti climatici. Particolare attenzione potrà essere dedicata ai risultati raggiunti, alle difficoltà ancora presenti e al ruolo delle istituzioni nell'individuazione di soluzioni capaci di conciliare tutela dell'ambiente, sviluppo economico e qualità della vita.

- **I problemi ambientali locali**

Il tema propone di concentrare l'attenzione sulle problematiche ambientali che interessano direttamente il territorio in cui gli studenti vivono. L'analisi potrà riguardare, ad esempio, la qualità dell'aria e dell'acqua, la gestione dei rifiuti, il consumo di suolo, la mobilità, la tutela delle aree verdi, il dissesto idrogeologico o gli effetti degli eventi climatici estremi. L'obiettivo è comprendere come le grandi questioni ambientali globali si manifestino concretamente a livello locale e come possano essere affrontate attraverso la collaborazione tra cittadini, istituzioni, imprese e comunità. Gli studenti potranno inoltre valorizzare dati, testimonianze e casi concreti del proprio territorio per costruire un'analisi documentata e consapevole.

- **Il contributo dell'azione pubblica e privata**

Questo ambito consente di approfondire il ruolo che istituzioni pubbliche, imprese, associazioni e cittadini possono svolgere nel processo di transizione verso un modello di sviluppo più sostenibile. Gli studenti potranno analizzare le diverse responsabilità e possibilità di intervento, considerando, da un lato, il ruolo delle amministrazioni nella definizione delle regole, degli incentivi e degli investimenti e, dall'altro, quello delle aziende nello sviluppo di tecnologie, prodotti e processi produttivi più sostenibili. Sarà inoltre possibile riflettere sull'importanza dei comportamenti individuali e collettivi, evidenziando come la collaborazione tra settore pubblico, settore privato e società civile possa contribuire alla realizzazione di obiettivi ambientali concreti e duraturi.

Parte IV

Media e tech literacy

Doubt and Debate

Main Partner



L'Osservatorio for independent thinking, forte della sua esperienza nel campo dello sviluppo del pensiero critico e del senso civico nelle nuove generazioni, promuoverà anche nell'anno scolastico 2026/2027 l'iniziativa **Doubt and Debate**.

Si tratta di un progetto educativo internazionale, di cui TIM in Italia è main partner, che si concretizza in una piattaforma web gratuita, pensata come un vero e proprio alleato per i docenti e i loro alunni. L'obiettivo primario è coltivare il pensiero critico attraverso un percorso integrato di alfabetizzazione tecnologica e mediatica (Technology and Media Literacy), trasformando la classe in un laboratorio di cittadinanza attiva. La filosofia del progetto è superare una visione difensiva, per elevare i giovani da meri consumatori passivi di contenuti a protagonisti critici e artefici della propria conoscenza, capaci di orientarsi, comprendere la pluralità delle prospettive e partecipare al dibattito pubblico in modo informato e costruttivo.

Nell'odierno panorama sociale governato dalla tecnologia e dall'intelligenza artificiale, in un ecosistema informativo tanto ricco di opportunità quanto denso di insidie, la missione della scuola si arricchisce di una nuova, improrogabile urgenza: formare cittadini digitali consapevoli e resilienti.

Gli studenti (e non solo loro) sono immersi in un flusso informativo incessante governato da algoritmi opachi e logiche commerciali, che li espone a fenomeni di polarizzazione, disinformazione e manipolazione. Questo contesto non solo mina la capacità di discernimento, ma rischia di erodere il tessuto stesso del dialogo civile.

La piattaforma proporrà alle classi tre sezioni: una dedicata all'alfabetizzazione tecnologica, una all'alfabetizzazione mediatica e una terza riservata alle masterclass. Le lezioni di alfabetizzazione tecnologica hanno l'obiettivo di sensibilizzare gli studenti a un utilizzo consapevole e a un rapporto equilibrato con la tecnologia, affinché comprendano come essa possa influenzare il modo di osservare e interpretare il mondo.

Le lezioni di alfabetizzazione mediatica intendono mostrare agli studenti come diverse fonti di informazione trattino una stessa notizia, con l'obiettivo di analizzare e comprendere le differenti prospettive e interpretazioni di uno stesso fatto. Gli articoli e i video presenti sulla piattaforma riguarderanno temi di attualità trattati da testate nazionali come La Repubblica, Corriere della Sera, Il Sole 24 Ore, Il Giornale, Rai, Mediaset e internazionali come CNN, The Wall Street Journal, The New York Times, The Washington Post, El País, Cinco Días, Cadena SER, La Vanguardia e ABC.

La sezione dedicata alle masterclass offre, invece, una serie di interviste video con autorevoli protagonisti del giornalismo internazionale e del settore tecnologico. Infine, nell'anno scolastico 2026/2027 il progetto sarà impreziosito con un nuovo modulo didattico, reso possibile grazie alla collaborazione con Fondazione Roma. Questo sarà interamente dedicato alla cultura della sicurezza sul lavoro, con l'obiettivo di fornire agli studenti strumenti di conoscenza e di analisi critica delle dinamiche che caratterizzano il mondo del lavoro contemporaneo: affinché i cittadini di domani sappiano riconoscere il valore della sicurezza come principio irrinunciabile e non siano disposti ad accettare compromessi che mettano a rischio la propria dignità o la propria incolumità.

Il valore distintivo di "Doubt and Debate" emerge dalla sua capacità di colmare un vuoto educativo, profondamente avvertito tanto dal corpo docente quanto dagli studenti. Molti insegnanti, pur riconoscendo con lucidità le difficoltà dei ragazzi, si trovano a fronteggiare la rapida evoluzione tecnologica senza un adeguato supporto pedagogico-metodologico per affrontare, in classe, temi complessi come i bias algoritmici o le dinamiche delle echo chamber.

Il progetto interviene come supporto concreto, offrendo un quadro che non solo fornisce contenuti, ma abilita a un nuovo modo di fare didattica. Supera la media literacy tradizionale, legandola indissolubilmente alla comprensione delle tecnologie che oggi modellano il nostro modo di pensare e di relazionarci. La piattaforma si rivela così uno strumento che motiva i docenti all'uso, perché incontra il desiderio autentico degli studenti di dare un senso al mondo digitale che abitano quotidianamente.

Offre loro un ambiente protetto per esplorare, interrogarsi e acquisire non solo nozioni, ma competenze trasversali fondamentali: l'argomentazione, il public speaking, la collaborazione e l'umiltà intellettuale di saper ascoltare e riconsiderare le proprie posizioni.

Dal punto di vista pratico, "Doubt and Debate" è stato concepito per un'integrazione agile e non invasiva nella pratica didattica. Non è un'ulteriore incombenza, ma una cassetta degli attrezzi per arricchire la didattica curricolare con materiali multimediali e percorsi strutturati. Il docente è l'orchestratore dell'esperienza formativa, mantenendone il pieno controllo pedagogico.

Dopo aver inviato richiesta di adesione all'Osservatorio ed aver ricevuto l'invito ad autenticarsi in piattaforma, può subito iniziare a lavorarci in classe. "Doubt and Debate" ha una spiccata natura interdisciplinare: un dibattito sull'intelligenza artificiale, ad esempio, può intrecciare considerazioni etiche e filosofiche (materie umanistiche) con l'analisi del suo funzionamento tecnico e del suo impatto sul mondo del lavoro (materie STEM ed economia), promuovendo una visione olistica del sapere, essenziale per comprendere fenomeni complessi.

Siamo convinti che questo progetto saprà coinvolgere ed entusiasmare docenti e studenti, rendendoli protagonisti di una sfida che ci accomuna: contribuire a formare giovani cittadini più consapevoli, autonomi e liberi.

Parte V

Le iniziative speciali e i concorsi

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

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

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

Iniziativa speciali

Iniziativa speciale Giovani, energia del futuro

Promossa in collaborazione con



L'Osservatorio for independent thinking, in collaborazione con Eni, realizza, per l'anno scolastico 2026/2027, la ventesima edizione dell'iniziativa speciale "Giovani, energia del futuro", rivolta a tutti gli studenti delle classi partecipanti al progetto "Il Quotidiano in Classe".

Per la prossima edizione dell'iniziativa saranno realizzati cinque incontri dedicati a insegnanti e studenti, concepiti come vere e proprie lezioni d'autore condotte da giornalisti. Gli appuntamenti offriranno l'opportunità di approfondire temi di grande rilevanza attraverso il contributo di professionisti dell'informazione, favorendo il confronto e lo sviluppo del pensiero critico.

Nel corso di ciascun incontro sarà inoltre affrontato un tema di particolare attualità: la gestione e la tutela delle risorse idriche. L'approfondimento vedrà il coinvolgimento, in qualità di relatori, di alcuni studenti che avranno precedentemente partecipato a un percorso formativo organizzato grazie al supporto di Eni. Questa modalità, basata sul modello della peer-to-peer education, permetterà agli studenti di condividere conoscenze ed esperienze con i propri coetanei, valorizzando il ruolo attivo dei giovani nel processo di apprendimento e sensibilizzazione.

Il connubio tra l'energia intesa come risorsa materiale e quella rappresentata dalle nuove generazioni, considerate come una forza innovativa e propulsiva per il futuro, esprime il valore della collaborazione tra Osservatorio ed Eni. L'iniziativa nasce infatti dalla volontà comune di mettere al centro ragazze e ragazzi, riconoscendone il potenziale e il ruolo fondamentale nella costruzione del futuro del nostro Paese.

Il sito Eniscuola.eni.com, nato nel 2000 per accogliere contenuti e approfondimenti dedicati a energia e ambiente, rappresenta un punto di riferimento per chiunque voglia studiare queste tematiche con un approccio scientifico e sempre aggiornato. Cura i contenuti una redazione che fa capo a Fondazione Mattei, un istituto di ricerca che da sempre presidia queste tematiche. Target delle pagine web è soprattutto il mondo della scuola, docenti e studenti di primaria e secondaria, anche se viene costantemente visitato da soggetti diversi, in Italia e nel mondo, interessati a conoscere le tematiche di riferimento. Il pianeta e le sue complessità, la biodiversità marina e terrestre, le foreste, le fonti energetiche, il cambiamento climatico, la transizione energetica, l'economia circolare, sono solo alcuni dei numerosi argomenti trattati.

Non si tratta di semplici testi. Per venire incontro alle diverse esigenze di approfondimento, il sito Eniscuola.eni.com ospita numerose immagini, video e animazioni, in maniera da offrire agli utenti un percorso dinamico e interattivo. Esperimenti video, 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 che permettono di avvicinarsi e 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: intelligenza artificiale applicata alla didattica, strumenti per la 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 a informare, in maniera puntuale ed efficace, su energia e ambiente.

Scheda didattica

Acqua sotto stress: come proteggere una risorsa condivisa

Dalla riduzione dei prelievi al riuso delle acque reflue, dalla dissalazione alla tutela dei bacini idrici: innovazione, industria e territori possono collaborare per gestire l'acqua in modo più sostenibile.

Una risorsa sempre più fragile

L'acqua dolce è una di quelle risorse di cui ci accorgiamo davvero quando comincia a mancare. La usiamo per un'infinità di cose: bere, lavare, coltivare, produrre beni ed energia; eppure, la quantità effettivamente disponibile non è né infinita né distribuita in modo uniforme sul pianeta. Negli ultimi anni in particolare, siccità più lunghe, temperature elevate, inquinamento e crescita dei consumi hanno reso questo equilibrio ancora più delicato, soprattutto nei territori dove molte attività diverse dipendono dalle stesse riserve.

I numeri europei danno chiaramente la misura del problema. Nel 2023, condizioni di scarsità idrica hanno interessato per almeno un trimestre dell'anno il 28% del territorio dell'Unione europea e il 32% della popolazione. Nell'Europa meridionale la pressione aumenta soprattutto in estate, quando si sommano temperature elevate, agricoltura, turismo e altri usi economici. Spiegare questa situazione dicendo semplicemente che “c'è poca acqua” è fuorviante: il problema è che, nello stesso momento, molti soggetti ne hanno bisogno e la disponibilità non sempre riesce a tenere il passo.

In Italia il problema è reso ancora più evidente da ciò che succede lungo il percorso dell'acqua. Nel 2022 le reti comunali di distribuzione hanno disperso il 42,4% dell'acqua potabile immessa: un volume che, secondo Istat, sarebbe bastato a coprire per un anno il fabbisogno di 43,4 milioni di persone. Nello stesso anno, la disponibilità complessiva della risorsa idrica ha toccato il valore più basso registrato dal 1951, con una riduzione di circa il 52% rispetto alla media annua di lungo periodo.

È per questo che ridurre il problema alla raccomandazione di “chiudere il rubinetto” sarebbe riduttivo. Come sempre le scelte individuali contano, ma rappresentano solo una piccola parte del quadro generale. Una gestione più efficace dell'acqua passa anche dalla manutenzione delle reti, dall'agricoltura, dai processi industriali, dalla depurazione, dal riuso e dalla capacità di adattare le soluzioni alle caratteristiche dei singoli territori.

Approfondimento: EEA - Water scarcity conditions in Europe
Istat - “Le statistiche sull'acqua - Anni 2023-2025”

L'acqua nelle strategie industriali

Per molte attività produttive l'acqua è una risorsa essenziale quanto l'energia o le materie prime. Serve per raffreddare gli impianti, lavare materiali, produrre alimenti e bevande, generare energia o entrare direttamente nei processi industriali. Questo significa che una disponibilità insufficiente di acqua, oppure un peggioramento della sua qualità, può tradursi rapidamente in un problema per le imprese e per le filiere che da quelle imprese dipendono. Anche UNESCO sottolinea come disponibilità e qualità dell'acqua possano influenzare la continuità delle attività produttive, lo sviluppo economico e i rapporti con le comunità locali.

È anche per questo che la gestione dell'acqua sta diventando una parte sempre più importante delle strategie industriali. Il primo obiettivo è abbastanza intuitivo: prelevare meno acqua dolce, migliorando l'efficienza degli impianti, monitorando meglio i consumi e ripensando i processi più idrovori. Ma non è l'unica strada. Dove possibile, l'acqua già utilizzata può essere trattata e reimpressa nel ciclo produttivo; nei territori dove la scarsità è più forte possono entrare in gioco anche fonti alternative, come l'acqua dissalata. Ogni soluzione, però, ha costi, limiti e impatti propri e va valutata nel contesto in cui viene applicata.

Ed è proprio il contesto a fare una grande differenza. Prelevare una certa quantità d'acqua in un territorio ricco di risorse non equivale a farlo in un bacino già sottoposto a forte stress. Per capire davvero l'impatto di un'attività produttiva non basta quindi guardare ai consumi dello stabilimento: bisogna considerare anche quanta acqua è disponibile nel territorio, chi altro la utilizza e quali esigenze devono essere tutelate. Imprese, amministrazioni, gestori del servizio idrico, agricoltori e comunità locali finiscono spesso per dipendere dalla stessa risorsa.

La Strategia europea per la resilienza idrica, adottata nel 2025, parte proprio da questa idea: migliorare di almeno il 10% l'efficienza nell'uso dell'acqua nell'Unione europea entro il 2030, intervenendo insieme su consumi, riuso, innovazione e infrastrutture. In altre parole, non esiste una singola soluzione valida ovunque: la gestione dell'acqua funziona quando tecnologia, territorio e istituzioni collaborano.

Approfondimento: UNESCO - Water and industry
Commissione europea - European Water Resilience Strategy

Ridurre i prelievi

Se parliamo di impianti, ridurre i prelievi significa, prima di tutto, conoscere bene dove finisce l'acqua. In un processo industriale, non tutti i passaggi consumano allo stesso modo: alcune fasi possono essere molto più idrovore di altre, altre ancora possono nascondere perdite o inefficienze che restano invisibili finché non vengono misurate. Per questo il primo passo è monitorare i consumi, individuare i punti critici e capire dove sia possibile intervenire senza compromettere il funzio-

namento degli impianti. Da lì comincia il lavoro sull'efficienza: ridurre le perdite, migliorare i processi, introdurre tecnologie che richiedano meno acqua o che permettano di utilizzarla più volte.

La stessa logica vale per le reti pubbliche. Se una parte consistente dell'acqua si perde prima ancora di arrivare agli utenti, intervenire sulle dispersioni diventa la forma più immediata di risparmio. Sensori, sistemi di monitoraggio e manutenzione mirata permettono di individuare più rapidamente le perdite e di evitare prelievi che, di fatto, non producono alcun beneficio.

In altre parole, ridurre i prelievi non vuol dire semplicemente “chiudere più spesso il rubinetto”. L'obiettivo è soprattutto usare meglio l'acqua che già stiamo prelevando.

Recuperare e riutilizzare

L'acqua che è già stata usata non deve necessariamente diventare uno scarto. Dopo un trattamento adeguato, le acque reflue possono essere recuperate e utilizzate di nuovo per l'irrigazione, in alcuni processi industriali o per altri impieghi nei quali non è necessaria acqua potabile. È un modo molto concreto per allungare il ciclo di vita della risorsa: invece di prelevare continuamente nuova acqua, si cerca di sfruttare meglio quella che è già entrata nel sistema.

In Europa, però, questa possibilità è ancora utilizzata solo in parte. Ogni anno nell'Unione europea viene riutilizzato circa un miliardo di metri cubi di acque reflue urbane trattate, mentre secondo la Commissione europea il potenziale potrebbe essere fino a sei volte superiore. Recuperare una quota maggiore di quest'acqua significherebbe ridurre la pressione su fiumi, laghi e falde e, allo stesso tempo, rendere più resilienti attività agricole e industriali.

Naturalmente, “riutilizzare” non significa semplicemente prendere un'acqua usata e rimetterla in circolo. Il trattamento deve essere adatto all'uso che se ne farà dopo, perché un'acqua destinata all'irrigazione non deve necessariamente avere le stesse caratteristiche di quella impiegata in un processo industriale o destinata al consumo umano.

Approfondimento: Commissione europea - Water Reuse

Dissalazione e innovazione

Quando l'acqua dolce disponibile non basta, una delle possibilità è cercarla altrove. La dissalazione fa esattamente questo: trasforma l'acqua marina in una risorsa utilizzabile, offrendo una fonte aggiuntiva soprattutto nei territori dove la scarsità è più forte.

È una soluzione potente, ma non gratuita. Gli impianti richiedono energia e, soprattutto, hanno un sottoprodotto che richiede attenzione: salamoie molto concentrate, che devono essere gestite correttamente per evitare effetti negativi sugli ecosistemi marini. Per questo la dissalazione non può essere considerata una scorciatoia buona per ogni situazione: ha senso soprattutto quando riduzione dei consumi, maggiore efficienza e riuso non sono sufficienti.

Anche qui l'innovazione può fare la differenza. Tecnologie più efficienti possono ridurre l'energia necessaria al processo, mentre l'impiego di fonti rinnovabili può limitarne ulteriormente l'impatto: in questo modo la dissalazione potrebbe diventare davvero parte di una strategia più ampia e sostenibile di gestione della risorsa. Approfondimento: UNEP - Five things to know about desalination

Proteggere i territori

L'acqua non arriva dal nulla: ogni prelievo insiste su un fiume, una falda, un lago o un bacino che deve continuare a sostenere anche gli ecosistemi circostanti e gli altri usi della risorsa. Per questo la stessa quantità d'acqua prelevata può avere conseguenze molto diverse a seconda del territorio. Utilizzarla in un'area ricca di risorse idriche non equivale a farlo in un bacino già sottoposto a forte stress, dove agricoltura, industria, città e ambienti naturali dipendono contemporaneamente dalla stessa disponibilità.

Proteggere l'acqua significa quindi proteggere anche i sistemi naturali che la raccolgono, la conservano e contribuiscono a mantenerne la qualità. Fiumi, laghi, falde, zone umide e suoli non sono semplicemente luoghi dai quali prelevare una risorsa: fanno parte del suo ciclo e ne regolano disponibilità e qualità. Ridurre l'inquinamento, evitare prelievi eccessivi e migliorare la capacità del territorio di trattenere l'acqua può essere importante quanto aumentare l'offerta quando compare una situazione di scarsità.

La gestione dell'acqua non è quindi solo un problema del singolo utilizzatore. Imprese, amministrazioni, gestori del servizio idrico, agricoltori e comunità locali possono avere esigenze diverse, ma condividono la stessa risorsa. Per questo servono informazioni comuni, pianificazione e collaborazione: proteggere un bacino significa trovare un equilibrio tra bisogni che non sempre coincidono, senza compromettere la disponibilità e la qualità dell'acqua nel lungo periodo.

Domanda-guida

Come possiamo soddisfare i bisogni delle persone e delle attività economiche senza compromettere la disponibilità e la qualità dell'acqua per il futuro?

Approfondimenti

- Nazioni Unite - Obiettivo 6: Acqua pulita e servizi igienico-sanitari. Obiettivi e indicatori internazionali relativi ad accesso all'acqua, qualità, efficienza, riuso e gestione sostenibile. Consulta l'Obiettivo 6
- European Environment Agency - Water scarcity conditions in Europe. Dati aggiornati sull'esposizione dei territori e della popolazione europea alla scarsità idrica. Consulta i dati EEA
- Commissione europea - European Water Resilience Strategy. La strategia europea per ridurre consumi e perdite, favorire il riuso e rafforzare la resilienza dei territori. Consulta la strategia europea
- Commissione europea - Water Reuse. Regole, dati e potenzialità del riutilizzo delle acque reflue trattate. Approfondisci il riuso dell'acqua

- UNESCO - World Water Development Report 2024: Water for Prosperity and Peace. Approfondisce il rapporto tra acqua, sviluppo economico, territori, industria e cooperazione. Consulta il rapporto UNESCO
- Water Footprint Network - Product Gallery. Permette di confrontare l'impronta idrica indicativa di alimenti e prodotti di uso quotidiano. Consulta la Product Gallery

Articoli di attualità italiana e internazionale

- “Teha, la crisi idrica in Italia costa 13 miliardi l'anno”, ANSA, 18 marzo 2026. L'articolo parte dal Libro Bianco della Community Valore Acqua e affronta anche gli effetti economici di siccità, alluvioni e insufficiente riuso. ANSA.it Leggi l'articolo ANSA
- “Water-smart by 2030: the EU's plan to boost water efficiency by 10%”, Euronews, 12 agosto 2026. Presenta gli obiettivi e gli strumenti della nuova strategia europea per la resilienza idrica. euronews Leggi l'articolo di Euronews
- “Cyprus appeals to residents to cut water use by two minutes a day amid drought”, The Guardian, 16 febbraio 2026. Il caso di Cipro permette di discutere insieme siccità, riduzione dei consumi e ricorso crescente alla dissalazione. The Guardian Leggi l'articolo del Guardian

Attività - L'asta dell'acqua

Ogni giorno utilizziamo molta più acqua di quella che vediamo uscire dal rubinetto. Una parte è infatti “nascosta” negli alimenti che mangiamo, nei vestiti che indossiamo e negli oggetti che compriamo: è l'acqua associata alla produzione delle materie prime, alla trasformazione e alla realizzazione di quei beni.

Quanta acqua consumi ogni giorno?

Ogni gruppo deve costruire una giornata completa rispettando un budget massimo di acqua. Gli studenti dovranno scegliere che cosa mangiare, bere, indossare e utilizzare, tenendo conto sia dell'acqua utilizzata direttamente sia dell'impronta idrica associata alla produzione dei diversi beni.

Obiettivi

L'attività permette di:

- comprendere il concetto di impronta idrica;
- riconoscere l'acqua nascosta negli alimenti e nei prodotti;
- confrontare consumi necessari e consumi evitabili;
- valutare alternative più sostenibili;
- riflettere sul rapporto tra scelte individuali, industria e territorio.

Kit minimo per l'insegnante

Per rendere l'attività immediatamente utilizzabile, si propone un budget iniziale di 5.000 litri per gruppo.

Si tratta di un budget didattico, scelto per rendere possibili confronti e scelte durante il gioco: non rappresenta una soglia scientifica di consumo sostenibile né il consumo giornaliero reale di una persona.

Le quantità indicate nelle carte sono a loro volta valori medi e indicativi. L'impronta idrica dello stesso prodotto può cambiare molto in base al luogo di produzione, al clima, alle tecniche agricole o industriali e alle caratteristiche della filiera. Water Footprint Network sottolinea proprio che questi valori sono medie globali e indicative.

Esempi di carte-prodotto

Carta	Quantità	Costo idrico indicativo
Mela	100 g	70 L
Pomodoro	70 g	circa 13 L
Patata	100 g	25 L
Fetta di pane	30 g	40 L
Uovo	1	circa 200 L*
Bicchieri di latte	250 ml	250 L
Tazza di tè	250 ml	30 L
Tazza di caffè	125 ml	140 L
Pasta secca	100 g	circa 190 L
Pizza Margherita	1 pizza	circa 1200 L
Hamburger	150 g	circa 2400 L
Cioccolato	50 g	circa 1200 L
Foglio A4	1	circa 10 L
Maglietta cotone nuova	1	circa 2500 L
Jeans nuovi	1 paio	circa 8000 L

* Valore indicativo; la stima varia in funzione della dimensione dell'uovo e del sistema produttivo.

I valori alimentari derivano da medie globali utilizzate dal Water Footprint Network; per esempio, le stime globali utilizzate nella Product Gallery riportano circa 1.900 litri per un chilogrammo di pasta secca, 15.500 per un chilogrammo di carne bovina e valori dell'ordine di decine di migliaia di litri per un chilogrammo di cioccolato.

Per una maglietta di cotone da 250 grammi viene stimata una water footprint di circa 2.500 litri, per un paio di jeans da 800 grammi una stima di circa 8.000 litri.

Fonte per le carte: Water Footprint Network - Product Gallery

Per l'uso diretto dell'acqua si possono aggiungere alcune carte più semplici. Come riferimento didattico, una doccia breve può richiedere circa 40-60 litri, mentre un bagno in vasca può richiederne due o tre volte di più. Una perdita domestica può provocare uno spreco significativo di acqua anche nell'arco di una sola giornata. Gruppo CAP

Una regola importante per gli oggetti durevoli

Una maglietta o un paio di jeans non vengono naturalmente “consumati” in un solo giorno. Le carte servono a rendere visibile l'acqua necessaria per produrli. Se il gruppo sceglie “indumento già posseduto”, il costo può essere considerato 0 litri aggiuntivi nella giornata. Se decide invece di acquistare un nuovo capo, deve sostenere l'intero costo della carta.

In questo modo il gioco mette in evidenza anche il valore del riuso, della riparazione e dell'allungamento della vita dei prodotti.

Preparazione

L'insegnante divide la classe in gruppi e consegna a ciascuno:

- un budget iniziale di 5.000 litri;
- un tabellone diviso in colazione, pranzo, cena, abbigliamento, igiene e attività quotidiane;
- il mazzo delle carte-prodotto;
- tre carte “imprevisto”;
- una scheda sulla quale registrare progressivamente il budget utilizzato e quello rimanente.

Fase 1 - L'asta

L'insegnante presenta progressivamente le carte. I gruppi devono acquistare gli elementi necessari per costruire la propria giornata, sottraendo ogni volta il relativo costo dal budget disponibile.

Non possono rinunciare ai bisogni fondamentali: devono prevedere pasti sufficienti, acqua da bere, igiene personale, abbigliamento e attività scolastiche.

Alcune carte possono essere disponibili in quantità limitata. I gruppi devono quindi decidere quali prodotti scegliere, quali sostituire e su quali consumi intervenire. L'obiettivo non è costruire una giornata artificialmente “senza consumi”, ma trovare un equilibrio tra bisogni, qualità della vita e disponibilità della risorsa.

Fase 2 - Gli imprevisti

Le carte-imprevisto introducono il tema della scarsità, degli sprechi e delle possibili soluzioni collettive. Le variazioni del budget sono regole del gioco, non stime scientifiche.

Esempi:

Siccità: il territorio entra in una fase di forte stress idrico. Il budget disponibile diminuisce di 1.000 litri.

Spreco alimentare: uno degli alimenti acquistati viene buttato. Il gruppo perde il costo idrico della carta senza poterne utilizzare il prodotto.

Rubinetti che perdono: aggiungete 100 litri al consumo della giornata.

Riuso industriale: un'impresa del territorio introduce un sistema di recupero delle acque di processo. Il gruppo recupera simbolicamente 500 litri di budget.

Riparare invece di comprare: un indumento si rompe, ma viene riparato. Non è necessario acquistare la carta “nuovo capo”.

Riduzione dei consumi: la famiglia introduce sistemi di risparmio e modifica alcune abitudini. Il gruppo può sostituire gratuitamente una carta relativa all'uso diretto dell'acqua con la sua alternativa più efficiente.

Fase 3 - Presentazione della giornata

Al termine dell'asta ogni gruppo presenta la giornata costruita, indicando:

- quali bisogni ha considerato indispensabili;
- a quali prodotti ha rinunciato;
- quali alternative ha scelto;
- quanto budget ha utilizzato e quanto ne è rimasto;
- quale scelta ha inciso maggiormente;
- quale decisione è stata più difficile.

Fase 4 - Una seconda possibilità

Dopo il confronto, i gruppi ricevono la possibilità di modificare tre scelte.

L'obiettivo è ridurre ulteriormente l'impronta idrica senza compromettere alimentazione, salute, igiene e partecipazione alla vita scolastica.

Non vince semplicemente il gruppo che utilizza meno acqua, ma quello che riesce a costruire la giornata più equilibrata e a motivare meglio le proprie decisioni.

Output finale

Ogni gruppo realizza il tabellone:

“La nostra giornata entro il budget d'acqua”

Il lavoro deve mostrare:

- il budget iniziale;
- le scelte effettuate;
- gli imprevisti affrontati;
- le modifiche introdotte;

- il consumo idrico complessivo;
- tre azioni considerate realistiche per ridurre l'impronta idrica quotidiana.

Domande per il confronto

Quali prodotti hanno assorbito la parte maggiore del budget?

È stato più semplice ridurre l'acqua utilizzata direttamente oppure quella "nascosta" nei prodotti?

Che differenza c'è tra non acquistare un prodotto nuovo e provare semplicemente a ridurne l'impronta produttiva?

L'impronta idrica di un prodotto dipende soltanto dalla quantità d'acqua utilizzata oppure conta anche dove quell'acqua viene prelevata?

Tutti hanno davvero la stessa possibilità di ridurre la propria impronta idrica?

Quali cambiamenti dipendono dalle scelte individuali e quali richiedono invece interventi delle imprese, delle istituzioni e dei gestori del servizio idrico?

Che cosa cambia se un'impresa utilizza molta acqua in un territorio ricco di risorse idriche oppure in un'area già soggetta a forte stress?

Attività - L'asta dell'acqua

Quanta acqua consumi ogni giorno?

Ogni giorno utilizziamo molta più acqua di quella che vediamo uscire dal rubinetto. Una parte è infatti "nascosta" negli alimenti che mangiamo, nei vestiti che indossiamo e negli oggetti che compriamo: è l'acqua utilizzata per coltivare le materie prime, produrre, trasformare e trasportare quei beni.

In questa attività ogni gruppo ha a disposizione un budget virtuale di 5.000 litri e deve costruire una giornata il più possibile normale: mangiare, bere, lavarsi, vestirsi e svolgere le proprie attività quotidiane. Ogni scelta ha però un costo in acqua. L'obiettivo non è consumare il meno possibile a qualsiasi costo, ma riuscire a soddisfare i bisogni fondamentali usando il budget nel modo più equilibrato.

Come funziona

L'insegnante divide la classe in gruppi e consegna a ciascuno il budget iniziale e le carte-prodotto. Su ogni carta è indicato il costo idrico approssimativo del prodotto.

I gruppi scelgono progressivamente che cosa acquistare e sottraggono il relativo costo dal proprio budget. Non possono rinunciare ai bisogni fondamentali: devono prevedere pasti sufficienti, acqua da bere, igiene personale, abbigliamento e attività scolastiche. Possono però sostituire alcuni prodotti con alternative meno costose in termini di acqua oppure decidere di non acquistare qualcosa di nuovo quando non è necessario.

Per gli oggetti durevoli vale una regola semplice: una maglietta o un paio di jeans già posseduti non "costano" nuova acqua durante la giornata; se invece il gruppo decide di acquistarli nuovi, deve pagare l'intero costo della carta. In questo modo entrano nel gioco anche riuso, riparazione e allungamento della vita dei prodotti.

Vedi tabella precedente.

Per l'uso diretto dell'acqua si possono aggiungere anche alcune carte più semplici, per esempio una doccia, un bagno in vasca o una perdita domestica.

Nota per l'insegnante. Il budget di 5.000 litri è una regola del gioco e non rappresenta una soglia scientifica di sostenibilità. Anche i valori delle carte sono indicativi: l'impronta idrica dello stesso prodotto può cambiare molto in base al luogo di produzione, al clima, alle tecniche utilizzate e alla filiera. Servono quindi soprattutto a confrontare gli ordini di grandezza.

Gli imprevisti

Quando i gruppi hanno già effettuato alcune scelte, l'insegnante introduce una o più carte-imprevisto. Per esempio: **siccità**, che riduce il budget disponibile; **spreco alimentare**, che fa perdere il costo idrico di un prodotto acquistato ma poi buttato; **rubinetto che perde**, che aumenta i consumi; **riuso industriale**, che permette di recuperare simbolicamente parte del budget; **riparare invece di comprare**, che evita l'acquisto di un nuovo indumento.

Le variazioni del budget servono soltanto al gioco: non sono stime scientifiche. Lo scopo è costringere i gruppi a rivedere le proprie decisioni e mostrare che disponibilità, sprechi e soluzioni collettive possono cambiare rapidamente il quadro.

Alla fine: che cosa cambiereste?

Ogni gruppo presenta brevemente la giornata che ha costruito: quanto ha consumato, quali scelte hanno pesato di più e a che cosa ha eventualmente rinunciato. Poi arriva una seconda possibilità: **se poteste modificare tre decisioni, quali cambiereste?**

Il confronto finale serve soprattutto a far emergere alcune domande: è stato più facile ridurre l'acqua utilizzata direttamente o quella nascosta nei prodotti? Tutti hanno davvero la stessa possibilità di ridurre la propria impronta? Quali cambiamenti dipendono dalle scelte individuali e quali richiedono invece interventi di imprese, istituzioni e gestori del servizio idrico?

Iniziativa speciale

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

Promossa in collaborazione con



L'Osservatorio for independent thinking realizza, in collaborazione con Rai, per l'anno scolastico 2026/2027, la quattordicesima 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 dal comune intento di Osservatorio e Rai 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. Educare è rispondere alla domanda di senso che nasce da un incontro con la realtà. Una realtà che sembra essere sempre più complessa e sempre più difficile da conoscere, da capire, da valutare.

L'obiettivo dell'iniziativa speciale è quello di offrire alle classi iscritte la possibilità di vivere una lezione in grado di mettere a confronto l'informazione cartacea e quella televisiva. Gli studenti sono invitati a seguire il telegiornale la sera e, il mattino successivo, a leggere i quotidiani, completando così il percorso di apprendimento attraverso il confronto tra due forme di informazione complementari.

L'esperienza permette di analizzare il modo in cui una stessa notizia viene raccontata, approfondita e presentata, valorizzando anche il linguaggio delle immagini e la dimensione narrativa propria della televisione.

La comparazione quotidiana tra giornali e telegiornali si accompagna all'analisi dei principali temi di attualità presenti nell'offerta televisiva, radiofonica e multimediale di Rai. In questo modo, gli studenti possono comprendere concretamente il valore del servizio pubblico come presidio di informazione, pluralismo e coesione sociale, capace di accompagnare le giovani generazioni nello sviluppo di una cittadinanza informata e responsabile. Il percorso è arricchito da materiali didattici appositamente realizzati per sostenere il lavoro dei docenti.

La partnership tra Rai e l'Osservatorio, 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. In questo percorso il servizio pubblico radiotelevisivo conferma la propria funzione educativa e culturale, promuovendo un'informazione autorevole, pluralista e accessibile, fondata sulla verifica delle fonti e sulla responsabilità editoriale, a supporto della crescita civica delle giovani generazioni in un ecosistema sempre più segnato dall'intelligenza artificiale e dalla moltiplicazione dei contenuti digitali, in linea con la strategia di sostenibilità definita dall'azienda.

Scheda didattica

La nuova edizione del progetto

■ Introduzione

Alla luce della complessità **che caratterizza il contesto nazionale e internazionale attuale**, i cui assetti sociali, economici e politici sono influenzati a più livelli dagli effetti pervasivi dei media, risulta sempre più necessario offrire ai cittadini un'informazione di qualità, in linea con i principi dell'UNESCO *Media and Information Literacy Framework*, che promuove la capacità di accedere, analizzare, valutare e creare contenuti informativi e mediali in modo critico e responsabile.

L'informazione deve quindi essere definita secondo criteri di completezza, approfondimento e aggiornamento costante e, sul piano didattico-educativo, è importante fornire agli individui le conoscenze e le competenze necessarie per cogliere, interpretare e discutere correttamente le informazioni relative a tale complessità, al fine di utilizzarle per esercitare una cittadinanza sempre più consapevole e attiva.

È proprio in relazione a questa duplice sfida che l'Osservatorio e la Rai - Radio Televisione Italiana, concessionaria del Servizio Pubblico nel nostro Paese, rinnovano anche per questo anno scolastico **2026/2027** la collaborazione per il Progetto *“Educazione alla conoscenza del giornalismo televisivo attraverso il Ruolo del Servizio Pubblico”*, rivolto nuovamente ai numerosi docenti e studenti delle Scuole Secondarie di Secondo Grado che partecipano alle attività di Media Literacy de *“Il Quotidiano in Classe”*.

Gli obiettivi primari del progetto, coerenti con il framework europeo DigCompEdu, consistono nel supportare gli insegnanti nella trattazione in aula di fenomeni di attualità e nel fornire indicazioni metodologiche utili a favorire un apprendimento attivo.

A tal proposito, proponiamo sul sito dell'Osservatorio cinque Schede Didattiche caratterizzate da spunti teorici ed esercitazioni pratiche:

1. Intelligenza Artificiale
2. STEM, informazione e Mestieri del Futuro
3. Sostenibilità
4. La Cultura Rompe le Sbarre¹
5. Cyberbullismo

La scelta di questi temi deriva sia dall'osservazione del loro concreto impatto sulla quotidianità di individui e società, sia dalla consapevolezza dell'interdipendenza

¹ Il titolo di questa scheda didattica riprende il progetto strategico di Rai Per la Sostenibilità - ESG *“La Cultura Rompe le Sbarre”* inserito nel Piano di Sostenibilità Rai - per la promozione e sostegno delle attività culturali e educative negli istituti penitenziari italiani.

di queste tematiche con il progresso tecnologico, la giustizia sociale, **la qualità dell'informazione** e la salvaguardia del benessere del pianeta e degli individui.

Da qui la necessità di azioni educative e formative che preparino le nuove generazioni non solo a usare gli strumenti del futuro, ma a farlo con spirito critico, etica e responsabilità, al fine di non essere semplici spettatori dei cambiamenti in atto, ma protagonisti attivi e consapevoli.

In particolare, proprio sul piano dell'educazione, è possibile dire che lo sviluppo di conoscenze e competenze da parte degli individui, specialmente i più giovani, sia compito della comunità in ciascuno dei suoi nuclei costitutivi.

Infatti, lavorando insieme alle famiglie, sia la scuola sia il servizio pubblico hanno l'opportunità di formare adulti consapevoli dei complessi fenomeni in atto nella contemporaneità e delle conseguenti trasformazioni all'interno della società; adulti capaci di comprenderne gli impatti non solo sui propri contesti di vita individuale, ma anche di immaginare soluzioni collettive e concrete, mirate al benessere comune, per poter sfruttare le opportunità offerte dai cambiamenti, senza però tralasciare eventuali rischi e derive.

1. Intelligenza Artificiale

Primo elemento fra tutti a richiamare questa impellente necessità è certamente l'Intelligenza Artificiale (IA), una delle innovazioni più controverse, **rilevanti e dibattute** del nostro secolo.

Dagli algoritmi che analizzano dati medici a quelli che ottimizzano i consumi energetici nelle città, l'IA sta rivoluzionando numerosi settori e - soprattutto quando si parla di Intelligenza Artificiale Generativa, ovvero quella capace di generare testi, immagini, audio e altri contenuti a partire dalle richieste degli utenti - non è possibile intenderla come una tecnologia neutrale e priva di impatti sul piano ambientale, dei processi di apprendimento e della comunicazione.

A tal proposito, sul piano giornalistico e informativo, è possibile affermare che il modo stesso di produrre informazioni e le modalità di comprensione e diffusione delle stesse da parte del pubblico risultano particolarmente influenzati dagli effetti e dai meccanismi di questa nuova tecnologia.

Per approfondire tali tematiche, soprattutto rispetto all'impatto dell'IA nei media, molti suggerimenti e spunti di riflessione utili sono presenti nel volume dell'Ufficio Studi della Rai *Trasformazione Digitale e Intelligenza Artificiale: una mappa delle sfide per i media del servizio pubblico* (2024).

Sostanzialmente, affinché anche l'IA diventi uno strumento a favore dell'uomo e del pianeta, è necessario formare a un'adeguata conoscenza delle sue principali dinamiche di funzionamento, compresi i suoi limiti e le sue imperfezioni. **Questa alfabetizzazione deve accompagnarsi con la conoscenza delle regole che ne disciplinano progressivamente l'utilizzo, come l'AI Act europeo.**

Fonte di aggiornamento:

Commissione Europea - AI Act

2. STEM, informazione e Mestieri del Futuro

Similmente, è fondamentale formare professionisti capaci di utilizzare le nuove tecnologie in modo consapevole, etico e responsabile, sfruttandone le potenzialità a servizio dell'essere umano. È proprio quando si parla di professioni legate alla tecnologia, all'ingegneria e alle scienze esatte che emerge l'importanza di una sempre maggiore riflessione rispetto alla formazione e alla diffusione delle professioni in ambito STEM. Infatti, come evidenziato anche dalle analisi raccolte dall'Ufficio Studi della Rai nel volume *I Lavori del Futuro* (2024), i processi di IA e di automazione stanno modificando rapidamente anche il mondo del lavoro, non solamente sul piano della produzione, ma anche su quelli dell'organizzazione e della pianificazione, richiedendo ai contesti aziendali la capacità di immaginare professionalità emergenti in relazione alle novità del contemporaneo.

Parallelamente, anche al mondo della formazione scolastica è richiesta un'importante riflessione circa l'insegnamento di competenze che preparino le nuove generazioni alle sfide professionali del futuro, intervenendo nel mondo in maniera proattiva e responsabile.

Questa trasformazione riguarda anche professioni tradizionalmente legate alla comunicazione e all'informazione. Il giornalismo, ad esempio, richiede oggi competenze digitali sempre più avanzate, ma anche capacità di verifica, interpretazione ed etica professionale.

La scheda dedica quindi un focus al modo in cui l'informazione racconta i femminicidi e la violenza contro le donne. Il giornalista ha la responsabilità di evitare stereotipi, colpevolizzazione della vittima, dettagli morbosi e sensazionalismo, privilegiando un linguaggio rispettoso e una corretta contestualizzazione del fenomeno. Particolare attenzione viene inoltre riservata al possibile effetto emulativo della cronaca: le evidenze scientifiche non consentono di stabilire un rapporto automatico, ma suggeriscono la necessità di una comunicazione prudente e costruttiva, capace anche di indicare strumenti di prevenzione e richiesta di aiuto.

Fonte di aggiornamento:

Ordine dei Giornalisti - Codice deontologico delle giornaliste e dei giornalisti

3. Sostenibilità

Uno sviluppo che sia realmente sostenibile ed orientato al miglioramento della qualità della vita dell'intera comunità è assolutamente auspicabile e percorribile. Alla luce dell'importanza di sensibilizzare l'intera opinione pubblica su questo tema, Rai Per la Sostenibilità-ESG ha pubblicato con Rai Libri *Il Glossario della sostenibilità. 100 parole chiave per un futuro da realizzare*, un testo che, con il contributo di ASviS e FERPI, vuole rendere accessibile il linguaggio della sostenibilità a un pubblico ampio.

Da "accessibilità" a "volontariato", passando per "ecoinpronta" e "riuso", sono raccontate, anche attraverso esempi concreti, 100 parole chiave che guardano alla

sostenibilità in senso ambientale, sociale ed economico, in linea con i 17 Obiettivi dell'Agenda ONU 2030. Il libro si propone dunque come un potenziale strumento didattico per le scuole e per tutti coloro che vogliono approfondire il tema della sostenibilità.

La scheda amplia questa prospettiva mostrando come sostenibilità ambientale, sociale ed economica siano strettamente connesse e vadano considerate all'interno di una visione integrata.

Approfondimento:

Rai Libri - Glossario della Sostenibilità

4. La Cultura Rompe le Sbarre

In merito all'**obiettivo di costruire società più inclusive**, si riporta l'interessante progetto strategico di Rai Per la Sostenibilità La Cultura Rompe le Sbarre inserito nel Piano di Sostenibilità Rai, per la promozione e il sostegno delle attività culturali ed educative negli istituti penitenziari italiani.

Le molte declinazioni di intervento culturale sono dunque forme di cura del sé e possibilità di cambiamento reale e, contemporaneamente, anche scudo preventivo a comportamenti nocivi per sé e per gli altri. **Le attività culturali possono offrire occasioni di apprendimento, espressione e relazione, inserendosi all'interno di più ampi percorsi educativi e di reinserimento sociale.** L'inclusione sociale è infatti un asset fondamentale della mission Rai definita dal contratto di servizio.

Nel suo ambito sono stati sviluppati diversi spin-off, tra cui *Scuola esercizio di libertà*, in collaborazione con il Ministero della Giustizia, volto a rendere fruibile agli studenti detenuti negli istituti penitenziari italiani il prodotto realizzato da Rai Cultura per Rai Scuola *La Scuola in TV*, anche attraverso la donazione di 400 PC aziendali dismessi e rigenerati e la realizzazione di un apposito software per la fruizione offline.

A questo si affianca il podcast *Quando la cultura rompe le sbarre*, articolato in quattro puntate dedicate al racconto del carcere e delle esperienze legate alla scuola, al teatro, alla musica, al cibo, allo sport e all'arte attraverso le voci delle persone coinvolte.

La cultura non rappresenta quindi una soluzione automatica al disagio, ma uno degli strumenti che possono contribuire alla crescita personale e alla partecipazione sociale.

Approfondimento:

RaiPlay Sound - Quando la cultura rompe le sbarre

5. Cyberbullismo

Un esempio concreto di grave fenomeno su cui si ritiene sempre più importante lavorare soprattutto a livello della prevenzione attraverso l'educazione e lo sviluppo di un'adeguata *cultura digitale* è quello del cyberbullismo.

Un comportamento ostile, offensivo e ripetuto messo in atto tramite l'invio di messaggi aggressivi in chat, esclusione, diffusione di dati privati sui social media e anche forme di violenza verbale, reiterata sulle piattaforme per il gioco online, **che comprende comportamenti di aggressione, molestia, denigrazione, diffusione illecita di dati o contenuti personali e altre forme di prevaricazione realizzate attraverso strumenti digitali.**

Gli impatti di queste azioni possono essere molto rilevanti, anche perché i canali digitali permettono ai contenuti di raggiungere la persona in momenti e spazi differenti e di essere copiati, inoltrati e ripubblicati.

A proposito di questo fenomeno, la stessa Rai Scuola ha sviluppato negli anni una serie di articoli e percorsi formativi e informativi, pensati soprattutto per le scuole secondarie di primo e secondo grado e raccolti nella sezione dedicata all'Educazione Civica.

L'idea alla base di questo tipo di interventi è che combattere il cyberbullismo richieda un'azione sinergica tra scuola, famiglia ed istituzioni. **Il quadro italiano è stato inoltre rafforzato dalla Legge 70/2024, che ha esteso le misure di prevenzione e contrasto sia al bullismo sia al cyberbullismo.**

Ma soprattutto richiede lo sviluppo di una cultura digitale che sia legata sia all'insegnamento delle peculiarità delle nuove tecnologie sia al rispetto dell'altro, alla consapevolezza dell'impatto delle proprie azioni e all'empatia: **in linea con il recente Quadro Europeo DigComp 3.0**, insegnare ai giovani come funzionano gli ambienti digitali, cosa accade ai dati personali e perché le parole online possono avere conseguenze concrete rappresenta un primo passo verso una cittadinanza digitale responsabile.

Fonti di aggiornamento:

Commissione Europea - DigComp 3.0

Normattiva - Legge 70/2024

■ Conclusioni

Alla luce di quanto espresso in questa breve introduzione, si ritiene che progetti di media education come quello sviluppato grazie alla collaborazione tra l'Osservatorio e Rai rispondano alla visione del *Learning Compass 2030* dell'OCSE, favorendo la costruzione di competenze trasversali e il rafforzamento dell'agency individuale, in vista di una società più etica, sostenibile e attenta alle sfide tecnologiche e sociali del futuro, rappresentando un concreto intervento educativo capace di far convergere conoscenze e competenze di attori diversi a particolare beneficio del contesto scolastico.

Iniziativa speciale Filieri alimentari: complessità e impegni per rafforzarne la resilienza

Promossa in collaborazione con

FERRERO

L'Osservatorio for independent thinking realizza, per l'anno scolastico 2026/2027, l'undicesima edizione dell'iniziativa speciale promossa con Ferrero che, come avvenuto lo scorso anno, approfondirà il tema della sostenibilità ambientale, sociale ed economica delle filiere alimentari, sempre più 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 a 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.

Scheda didattica

Approvvigionamenti responsabili

Insieme per il futuro del cacao

Quando acquistiamo una tavoletta di cioccolato, vediamo soprattutto il prodotto finito. Dietro quel gusto, però, c'è una lunga filiera fatta di persone, territori, aziende agricole e comunità. Per questo parlare di cacao significa parlare anche di **approvvigionamento responsabile**: conoscere l'origine delle materie prime, sapere chi le produce e in quali condizioni e, allo stesso tempo, comprendere i rischi che possono esistere lungo la filiera.

Nel caso del cacao, questi rischi riguardano diversi aspetti: la **tracciabilità**, la tutela delle foreste, le condizioni di vita degli agricoltori e delle loro famiglie e la protezione dei bambini.

Un primo passo è quindi sapere **da dove arriva il cacao**. Ferrero ha sviluppato il proprio approccio all'approvvigionamento responsabile anche attraverso il principio del **"sacco conosciuto"**: conoscere l'origine degli ingredienti, chi li produce e le condizioni in cui vengono prodotti. Questo approccio rientra in Ferrero Farming Values e comprende attività di tracciabilità, valutazione dei fornitori, certificazioni, pratiche agricole sostenibili e collaborazione con le comunità e con gli altri soggetti della filiera.

La tracciabilità permette di seguire sempre meglio il percorso del cacao e di conoscere le aziende agricole da cui proviene. Nell'anno fiscale 2024/25, il **98,1% del cacao Ferrero era tracciabile fino al livello delle aziende agricole**, mentre il **99% era approvvigionato attraverso certificazioni e standard di sostenibilità gestiti in modo indipendente**.

La certificazione, però, non è sufficiente da sola. Deve essere accompagnata da controlli e strumenti che permettano di individuare i rischi e intervenire quando necessario. Tra questi ci sono la valutazione dei rischi legati alla deforestazione e i sistemi per individuare e affrontare il lavoro minorile.

Conoscere la filiera, quindi, non significa soltanto sapere da quale Paese arriva il cacao. Significa cercare di capire **che cosa succede lungo il percorso**, quali sono le difficoltà e dove è possibile intervenire.

Una filiera fatta di persone

Dietro ogni raccolto di cacao ci sono agricoltori e famiglie che dipendono, in tutto o in parte, da questa attività. Per questo una filiera responsabile deve considerare anche le loro condizioni di vita e le possibilità di sviluppo delle comunità.

Gli interventi possono riguardare la formazione degli agricoltori, il miglioramento delle pratiche agricole, il sostegno alla produttività, la diversificazione delle fonti di reddito e l'inclusione finanziaria.

Nell'anno fiscale 2024/25, **73.000 agricoltori hanno ricevuto supporto attraverso i Farm Development Plans**, programmi che aiutano a individuare bisogni e opportunità di sviluppo delle aziende agricole.

L'obiettivo è contribuire a rendere le comunità produttrici più solide e capaci di affrontare le difficoltà, perché le condizioni economiche delle famiglie sono strettamente legate anche alla possibilità di garantire ai bambini istruzione e protezione.

Il cacao e i diritti dei bambini

Uno dei temi più importanti nella filiera del cacao è infatti la **tutela dei bambini**. Il lavoro minorile è un problema complesso, legato a diversi fattori, tra cui la povertà, la fragilità economica delle famiglie e le difficoltà di accesso all'istruzione. Per questo non basta individuare i singoli casi: è importante intervenire anche sulle condizioni che possono favorirli.

In Costa d'Avorio, uno dei principali Paesi produttori di cacao, Ferrero e Save the Children hanno sviluppato una collaborazione dedicata proprio a questi aspetti. Il programma mette insieme **protezione dell'infanzia, istruzione e sviluppo economico delle comunità**, con il sostegno della Cooperazione italiana.

Tra il 2020 e il 2025, nelle comunità coinvolte, la quota di famiglie con fonti di reddito diversificate è passata dal **24% al 65%**, mentre la frequenza regolare alla scuola primaria è salita dal **75% al 97%**.

Sono dati che mostrano come intervenire su più aspetti contemporaneamente possa contribuire a migliorare le condizioni delle comunità. La collaborazione proseguirà fino al 2030, con l'obiettivo di rafforzare e ampliare questi interventi.

L'importanza di collaborare

Le sfide legate al cacao sono diverse e spesso collegate tra loro. Per affrontarle non basta l'intervento di una sola azienda o organizzazione.

Per questo è nata **Cacao Connect - La via italiana per il cacao in Africa**, una piattaforma che riunisce istituzioni, imprese, organizzazioni della società civile, mondo della ricerca e altri partner. L'obiettivo è favorire la collaborazione, condividere esperienze e competenze e sostenere percorsi di sviluppo insieme ai Paesi produttori.

La collaborazione può essere importante soprattutto quando si affrontano problemi complessi, che richiedono interventi a lungo termine e il coinvolgimento di soggetti diversi.

Guardare oltre la tavoletta

L'approvvigionamento responsabile è quindi un percorso continuo. Significa **conoscere la filiera, individuarne i rischi, intervenire dove necessario e collaborare per migliorarla**.

La prossima volta che guarderemo una tavoletta di cioccolato, potremo provare a

vedere anche ciò che normalmente non si vede: gli agricoltori che hanno coltivato il cacao, le famiglie e le comunità che vivono nei territori di produzione, l'ambiente da proteggere e le tante persone che contribuiscono a portare quel prodotto fino a noi.

Conoscere l'origine del cacao significa, in questo senso, guardare oltre il prodotto finito e capire che dietro una semplice tavoletta ci sono **persone, territori e scelte**.

■ Attività in classe

Se fosse nelle tue mani...

Dividetevi in piccoli gruppi. Immaginate di dover contribuire a rendere più responsabile una filiera del cacao.

Scegliete uno dei quattro casi e discutete quale potrebbe essere la soluzione più efficace.

1) Tracciabilità

Un'azienda conosce il Paese di origine del cacao, ma non riesce a risalire alle singole aziende agricole.

Come potrebbe migliorare la tracciabilità?

2) Agricoltori

Una famiglia dipende quasi completamente dal reddito del cacao.

Su cosa sarebbe più utile intervenire per renderla più autonoma?

3) Bambini e scuola

Alcuni bambini di una comunità produttrice frequentano la scuola in modo irregolare.

Quale potrebbe essere una causa e come si potrebbe intervenire?

4) Ambiente

La produzione di cacao si trova vicino a una zona forestale da proteggere.

Come si può conciliare la produzione con la tutela della foresta?

La sfida

Avete **3 minuti** per trovare una proposta e rispondere a tre domande:

Qual è il problema?

Che cosa proponiamo?

Chi dovrebbe intervenire?

Ogni gruppo presenta la propria idea in **un minuto**. Gli altri possono fare una domanda o proporre un'alternativa.

Iniziativa speciale Fact-checking

Promossa in collaborazione con



L'Osservatorio for independent thinking, in collaborazione con newcleo, promuove per l'anno scolastico 2026/2027 la quarta edizione dell'iniziativa "Fact-checking in ambito energetico", che si inserisce nell'ambito del consolidato progetto "Il Quotidiano in Classe".

L'iniziativa sarà rivolta alle secondarie di secondo grado di tutta Italia con l'obiettivo di rafforzare negli studenti la capacità di analizzare in modo consapevole le informazioni, sviluppando gli strumenti necessari per distinguere dati attendibili da contenuti fuorvianti o non verificati. Attraverso un percorso dedicato al tema dell'energia, gli studenti saranno invitati a riflettere sull'importanza del fact-checking e della verifica delle fonti, approfondendo argomenti di grande attualità quali le diverse fonti energetiche, il loro impatto sull'ambiente, la transizione energetica, la decarbonizzazione dei processi industriali e le sfide legate alla sostenibilità.

Le classi partecipanti saranno coinvolte in un percorso didattico strutturato, basato su materiali di approfondimento appositamente realizzati e progettati per favorire l'analisi critica, il confronto e la discussione. I contenuti saranno sviluppati da un team di esperti, che predisporrà schede didattiche, percorsi di apprendimento e strumenti di supporto volti a guidare gli studenti nell'acquisizione di competenze informative in ambito scientifico. Il programma sarà inoltre arricchito da webinar tematici, durante i quali gli studenti avranno l'opportunità di confrontarsi con professionisti ed esperti, approfondendo i temi trattati e acquisendo una maggiore consapevolezza delle principali questioni legate al mondo dell'energia nucleare.

La nuova edizione del Progetto

Che cosa significa, concretamente, utilizzare l'energia nucleare in condizioni di sicurezza? La domanda non riguarda soltanto il funzionamento di un reattore mentre produce elettricità. Coinvolge anche ciò che accade quando viene arrestato, il controllo delle sostanze radioattive, la gestione dei materiali che rimangono dopo l'utilizzo e la protezione degli impianti e delle tecnologie da usi impropri. Per comprenderla è quindi necessario osservare l'intero percorso degli impianti e dei materiali, dalla progettazione all'esercizio, fino alla dismissione e alla gestione dei rifiuti nel lungo periodo.

La sicurezza nucleare si costruisce attraverso l'integrazione di conoscenze scientifiche, soluzioni tecnologiche, procedure operative, competenze professionali e sistemi di controllo. Ogni misura svolge una funzione specifica e si inserisce in un insieme più ampio, progettato per prevenire le anomalie, individuarle tempestivamente e limitarne le improbabili conseguenze. È un processo continuo, che accompagna l'intera vita di un impianto e che viene aggiornato sulla base dell'esperienza, della ricerca e dell'evoluzione degli standard tecnici.

Le tre schede realizzate per il Progetto e presenti sul sito www.osservatorionline.it affrontano queste diverse dimensioni per andare oltre la domanda generale «Il nucleare è sicuro?» e formulare domande più precise: **quali rischi vengono considerati? Quali metodi e quali strumenti vengono utilizzati per affrontarli? Chi controlla che funzionino? Come vengono verificate le prestazioni e aggiornate le misure di sicurezza?**

La prima scheda affronta la **sicurezza tecnologica**, ovvero descrive quali soluzioni permettono di mantenere un impianto in condizioni sicure e di affrontare eventuali guasti o eventi imprevisti. Un reattore, infatti, deve garantire alcune funzioni fondamentali: controllare la reazione nucleare, rimuovere il calore prodotto e confinare le sostanze radioattive. Queste funzioni devono essere assicurate anche in condizioni anomale e, per questo, la progettazione utilizza il principio della difesa in profondità: più livelli di prevenzione, controllo e mitigazione concorrono allo stesso obiettivo. Barriere fisiche, sistemi attivi e passivi, ridondanza delle apparecchiature, manutenzione, procedure e preparazione del personale fanno parte di questo sistema.

La seconda scheda riguarda la **sicurezza ambientale**, dunque come vengono protette le persone e l'ambiente durante il funzionamento degli impianti e nel lungo periodo. Il controllo delle sostanze radioattive comprende il loro confinamento e monitoraggio, e la sorveglianza dell'ambiente circostante. Aria, acqua, suolo, alimenti e livelli di radiazione sono sottoposti a misure specifiche volte a verificare il rispetto dei requisiti di radioprotezione. Un altro elemento fondamentale è la gestione dei rifiuti radioattivi e del combustibile esaurito, che richiede soluzioni differenti a seconda delle caratteristiche dei materiali e del tempo durante il quale devono essere isolati dall'ambiente.

Infine, la terza scheda tratta della **sicurezza internazionale** e descrive come si verifica che materiali e tecnologie nucleari rimangano destinati agli usi pacifici e siano protetti da furti, sabotaggi o altri utilizzi illeciti. In questo ambito operano strumenti diversi e complementari. La *nuclear safety* riguarda la prevenzione degli incidenti e la protezione dalle loro conseguenze; la *nuclear security* riguarda la protezione da azioni intenzionali; le *safeguards*, o salvaguardie, permettono di verificare il rispetto degli obblighi di non proliferazione. Trattati internazionali, contabilità dei materiali, ispezioni, sistemi di sorveglianza e protezione fisica contribuiscono insieme a rendere controllabile e verificabile l'utilizzo civile della tecnologia nucleare.

Le tre dimensioni sono strettamente collegate. Le soluzioni tecnologiche devono essere progettate, provate e mantenute; i materiali radioattivi devono essere gestiti in relazione alle loro caratteristiche; i sistemi di controllo devono poter verificare che le regole siano rispettate. Anche l'innovazione può offrire nuove possibilità per rafforzare la sicurezza: sistemi passivi, nuove configurazioni dei reattori, materiali avanzati e strumenti di monitoraggio possono contribuire a ridurre alcune vulnerabilità. Il loro contributo viene valutato attraverso analisi, sperimentazioni, verifiche e controlli, così da distinguere i benefici attesi da quelli effettivamente dimostrati.

Attraverso esempi, documenti e attività di approfondimento, l'obiettivo è comprendere come viene costruita la sicurezza nucleare e come se ne verifica l'efficacia. Conoscere il ruolo delle tecnologie, delle persone, delle istituzioni e dei sistemi di controllo permette di affrontare il tema in modo più informato e consapevole, distinguendo le affermazioni generali dagli elementi che possono essere osservati, misurati e verificati.

Iniziativa speciale **Civico 2.0**

Promossa in collaborazione con



L'Osservatorio for independent thinking in collaborazione con Fondazione Carispezia propone per l'anno scolastico 2026/2027 la tredicesima edizione di "Civico 2.0", l'iniziativa speciale dedicata all'educazione a un uso consapevole dei media, con un'attenzione particolare al mondo dell'informazione digitale.

"Civico 2.0" si rivolge alle scuole della Spezia e provincia e dei Comuni di Aulla, Villafranca, Fivizzano, Bagnone e Pontremoli che partecipano al progetto "Il Quotidiano in Classe".

Il progetto nasce dalla consapevolezza che oggi orientarsi tra notizie, immagini, video e contenuti che ogni giorno incontriamo online richiede strumenti nuovi. La velocità con cui le informazioni vengono prodotte e condivise, la presenza sempre più pervasiva dell'Intelligenza Artificiale e la difficoltà di distinguere ciò che è autentico da ciò che è manipolato rendono fondamentale sviluppare, soprattutto tra i più giovani, uno sguardo critico e consapevole.

L'esperienza si inserisce nel percorso che l'Osservatorio porta avanti per accompagnare le scuole nella progressiva digitalizzazione della didattica, con l'obiettivo di fornire non soltanto nuovi strumenti, ma soprattutto nuove chiavi di lettura per comprendere la realtà informativa in cui siamo immersi.

Particolare attenzione è dedicata alla formazione degli insegnanti, attraverso materiali didattici online realizzati appositamente per accompagnarli nella progettazione e nello sviluppo delle attività in classe. I contenuti propongono spunti di riflessione e strumenti concreti per affrontare alcuni dei temi più attuali e delicati del rapporto tra informazione, tecnologia e società come:

- L'illusione dell'anonimato e la reputazione digitale: l'impronta che lasciamo
- Intelligenza Artificiale e la ridefinizione del "Vero": deepfake e sintesi della realtà
- Sovraccarico informativo e infodemia: la dieta mediatica

La nuova edizione del Progetto

Viviamo in un ambiente digitale nel quale comunicare, informarci e lasciare tracce di noi stessi sono azioni sempre più intrecciate. Ogni giorno utilizziamo social network, piattaforme, motori di ricerca e strumenti di intelligenza artificiale per entrare in relazione con gli altri, conoscere ciò che accade e produrre o condividere contenuti. Questi strumenti ampliano enormemente le nostre possibilità, ma richiedono anche nuove competenze per essere utilizzati in modo consapevole.

Le tre schede che troverete sul sito www.osservatorioonline.it affrontano alcuni dei cambiamenti più significativi introdotti dall'ambiente digitale nel nostro rapporto con gli altri, con la realtà e con l'informazione.

La prima, "L'illusione dell'anonimato e la reputazione digitale. L'impronta che lasciamo", riflette sulla distanza creata dallo schermo e sulla sensazione, spesso ingannevole, di poter agire online senza conseguenze.

Anonimato percepito, disinibizione, hate speech e cyberbullismo vengono messi in relazione con un altro aspetto fondamentale: ogni nostra attività digitale può lasciare tracce e contribuire alla costruzione della reputazione nostra e degli altri. La sfida diventa quindi sviluppare empatia digitale, responsabilità e una maggiore consapevolezza del valore dei dati personali e della privacy.

La seconda scheda, "Intelligenza Artificiale e la ridefinizione del 'Vero'. Deepfake e sintesi della realtà", affronta invece una trasformazione sempre più evidente del nostro ecosistema informativo. Gli strumenti di intelligenza artificiale generativa permettono oggi di creare testi, immagini, audio e video estremamente realistici, rendendo più difficile affidarsi soltanto a ciò che vediamo o ascoltiamo.

Diventa quindi necessario imparare a verificare provenienza, fonti e contesto dei contenuti, sviluppando un dubbio metodico che non significa non credere più a nulla, ma cercare prove prima di considerare autentica o condividere un'informazione.

La terza, "Sovraccarico informativo e infodemia. La dieta mediatica", parte da un problema apparentemente opposto: l'abbondanza di informazioni.

Feed, notifiche, aggiornamenti continui e scroll infinito possono darci la sensazione di essere costantemente informati senza permetterci di comprendere davvero i fenomeni più complessi. La scheda propone quindi di riflettere sulla necessità di costruire una propria "dieta mediatica", selezionando fonti affidabili, distinguendo tra aggiornamento e approfondimento e recuperando il valore del tempo attraverso pratiche vicine allo *slow journalism*.

I tre temi sono strettamente collegati. Essere cittadini digitali consapevoli significa infatti comprendere che le nostre azioni online hanno conseguenze, ciò che appare vero deve poter essere verificato e ciò che attira la nostra attenzione non è necessariamente ciò che merita maggiore attenzione.

Le attività proposte nelle tre schede utilizzano quotidiani, casi di cronaca, inchieste e pratiche giornalistiche per trasformare questi concetti in strumenti concreti di analisi. L'obiettivo non è soltanto imparare a "difendersi" dai rischi della Rete, ma sviluppare un modo più responsabile, critico e consapevole di abitare gli ambienti digitali.

Iniziativa speciale **Scoviamo le fake news!**

Con il contributo di



Attraverso attività pratiche, approfondimenti e momenti di confronto, gli studenti potranno acquisire strumenti concreti per affrontare con maggiore consapevolezza il mondo dell'informazione, diventando cittadini più autonomi, responsabili e capaci di partecipare attivamente alla società digitale.

L'Osservatorio for independent thinking, in collaborazione con la Fondazione Cariplo, realizza per l'anno scolastico 2026/2027 la quarta edizione dell'iniziativa speciale "Scoviamo le fake news!", un percorso educativo che si affianca al progetto tradizionale "Il Quotidiano in Classe" con l'obiettivo di accompagnare gli studenti nella comprensione delle dinamiche dell'informazione contemporanea e nello sviluppo di un approccio consapevole e critico alla realtà che li circonda.

L'iniziativa sarà rivolta alle sole scuole secondarie di secondo grado della regione Lombardia e delle province di Novara e del Verbano-Cusio-Ossola, coinvolgendo studenti e insegnanti in un percorso dedicato all'educazione ai media, alla verifica delle fonti e alla capacità di distinguere informazioni attendibili da contenuti incompleti o ingannevoli.

L'obiettivo è allenare il pensiero critico, stimolare la capacità di porsi domande e sviluppare maggiore consapevolezza rispetto ai meccanismi che influenzano il modo in cui riceviamo, condividiamo e interpretiamo le informazioni.

Per l'edizione 2026/2027 il percorso si svilupperà attraverso cinque tematiche di particolare attualità, pensate per offrire agli studenti occasioni di riflessione e confronto sulle principali sfide dell'informazione contemporanea come: "L'intelligenza artificiale e i social media", "La satira e la disinformazione", "Le emozioni e la razionalità nel nostro percorso di conoscenza", "La frammentazione dell'informazione", "Leggi e censura".

L'Osservatorio metterà gratuitamente a disposizione degli insegnanti, oltre ai consueti strumenti a supporto delle lezioni in classe, materiali didattici dedicati e incontri guidati da un formatore esterno.

La nuova edizione del Progetto

Le cinque schede pensate per lo sviluppo del progetto “Scoviamo le fake news” che troverete sul sito www.osservatorionline.it affrontano alcuni dei principali temi legati alla disinformazione e al nostro rapporto quotidiano con le notizie, con particolare attenzione ai social media e agli ambienti digitali. L'obiettivo è aiutare ragazze e ragazzi a comprendere non solo come nascono e si diffondono le informazioni false o manipolate, ma anche quali meccanismi personali, tecnologici e sociali possono influenzare il modo in cui le interpretiamo.

Le schede approfondiscono il rapporto tra intelligenza artificiale e contenuti generati artificialmente, il confine tra satira e disinformazione, il peso di emozioni, pregiudizi e *cherry picking* nel nostro percorso di conoscenza, la frammentazione dell'informazione in un mondo dominato da notifiche e contenuti brevi e, infine, il delicato equilibrio tra contrasto alle fake news, libertà di espressione e censura.

Ogni tema viene affrontato attraverso esempi, dati, fonti affidabili e attività da svolgere in classe, con l'obiettivo di sviluppare una maggiore consapevolezza e rafforzare le competenze di media literacy, imparando a leggere, verificare e interpretare le informazioni in modo più critico e responsabile.

Iniziativa speciale Guidiamo usando la testa

Promossa in collaborazione con

**autostrade
per l'Italia** 

Si svolgerà nell'anno scolastico 2026/2027 la terza edizione dell'iniziativa speciale "Guidiamo usando la testa", promossa dall'Osservatorio for independent thinking e Autostrade per l'Italia, e rivolta a tutte le classi iscritte a "Il Quotidiano in Classe" delle province di Genova, Milano, Udine, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Bari, Pescara e del comune di Cassino.

L'obiettivo è responsabilizzare i cittadini, partendo dai più giovani, ad adottare comportamenti di guida sicuri e prudenti quando si è in viaggio su strade o autostrade.

Insieme a voi insegnanti, lavoreremo sull'importanza della sicurezza stradale a tutto tondo, in termini di cittadinanza: utilizzando anche il collegamento che il progetto "Il Quotidiano in Classe" offre, portando tra i banchi la vita vera e l'informazione di qualità.

Sarà fondamentale puntare su informazione, educazione e ingaggio per costruire una cultura della sicurezza stradale condivisa e duratura che va di pari passo con la consapevolezza dei rischi che derivano da comportamenti scorretti alla guida. L'iniziativa prevede il coinvolgimento dei giovani attraverso materiali didattici, video e momenti di confronto tra gli studenti e testimonial nonché esperti di sicurezza stradale di Autostrade per l'Italia e delle istituzioni, che saranno la base per stimolare l'impegno degli alunni per la loro sicurezza e quella altrui: per il bene della comunità.

La nuova edizione del Progetto

La sicurezza stradale non dipende da un unico soggetto e non si costruisce soltanto attraverso regole e sanzioni. È il risultato di un impegno condiviso, fatto di responsabilità, comportamenti consapevoli, scelte pubbliche e azioni concrete di prevenzione. Un percorso che coinvolge istituzioni, forze dell'ordine, gestori delle infrastrutture, famiglie, associazioni e tutti coloro che, ogni giorno, vivono la strada. Solo attraverso la collaborazione di tutti questi attori è possibile promuovere una cultura della sicurezza più diffusa e contribuire a una mobilità sempre più responsabile e sicura.

Il percorso proposto nelle tre schede che troverete sul sito *www.osservatorionline.it* nasce proprio da questa consapevolezza: comprendere come la sicurezza stradale sia il risultato del contributo di molti soggetti e individuare il ruolo che ciascuno può svolgere nella sua costruzione.

Attraverso le attività proposte, gli studenti sono invitati a riflettere su chi contribuisce concretamente alla sicurezza stradale, su come la comunicazione possa influenzare e orientare i comportamenti individuali e collettivi e su quale ruolo rivestano istituzioni, norme, famiglie e società civile nella diffusione di una cultura della prevenzione e della responsabilità condivisa.

La prima scheda è dedicata a chi è in prima linea: organi di polizia stradale, enti proprietari e concessionari di strade e autostrade, insieme agli utenti, chiamati ogni giorno a compiere scelte responsabili. Conoscere ruoli e attività di questi soggetti aiuta a comprenderne l'operato e a evitare critiche pregiudiziali, spesso amplificate dai social. Un controllo o un cantiere, per esempio, possono causare rallentamenti, ma sono predisposti anche per tutelare la sicurezza di chi viaggia. Criticare sui social il tempo perso, magari per ottenere «like», significa ignorarne la finalità.

La seconda scheda approfondisce il ruolo della comunicazione, analizzando il linguaggio usato per raccontare gli incidenti stradali così come le campagne di sensibilizzazione. Visual d'impatto, claim impattanti e testimonianze possono rendere più chiari i rischi alla guida e favorire scelte consapevoli. Una comunicazione corretta aiuta inoltre a non sottovalutare i pericoli che derivano da comportamenti di guida sbagliati, legati per esempio alla velocità, al mancato utilizzo delle cinture di sicurezza, alla distrazione e all'assunzione di alcol e droghe prima di guidare.

La terza scheda amplia lo sguardo agli altri soggetti coinvolti quali istituzioni, famiglie, scuole e associazioni, evidenziando che la sicurezza stradale si costruisce anche attraverso esempi quotidiani, educazione e partecipazione civica. Alle istituzioni spetta definire le leggi e garantirne l'applicazione, le associazioni, invece, contribuiscono a mantenere alta l'attenzione sul tema attraverso attività di sensibilizzazione. Fondamentale è anche il ruolo delle famiglie, che con il dialogo costante rappresentano un presidio insostituibile per accrescere la consapevolezza dei rischi della strada.

L'obiettivo comune è aiutare studenti e studentesse a superare una visione della sicurezza stradale fatta soltanto di divieti, per riconoscerla invece come una responsabilità condivisa. Attraverso attività di ricerca, analisi e produzione di contenuti, i ragazzi saranno chiamati non solo a conoscere meglio il problema, ma anche a diventare protagonisti della prevenzione e di un futuro a zero incidenti stradali, così come possibili ambasciatori della sicurezza stradale nella scuola, in famiglia e nella comunità.

Iniziativa speciale **CircularMente: condividere idee per un futuro sostenibile**

Promossa in collaborazione con



Nell'anno scolastico 2026/2027, l'Osservatorio for independent thinking, in collaborazione con A2A, promuove la seconda edizione di **CircularMente: condividere idee per un futuro sostenibile**, rivolta alle scuole aderenti a Il Quotidiano in Classe.

L'iniziativa nasce per aiutare gli studenti a orientarsi in modo critico tra le informazioni su economia circolare, sostenibilità e transizione ecologica, fornendo strumenti utili per comprendere le sfide ambientali, economiche e sociali del presente e contribuire a una cultura della responsabilità e dell'innovazione.

Dopo la prima edizione, realizzata nell'anno scolastico 2025/2026 per le scuole di Milano e la sua provincia e dedicata all'economia circolare e alla transizione ecologica, il progetto si amplia coinvolgendo anche le scuole di Brescia e provincia. La seconda edizione si sviluppa attraverso due percorsi territoriali complementari. Il percorso di Brescia approfondisce la dimensione ambientale della sostenibilità, con particolare attenzione all'economia circolare e alla raccolta differenziata. Il percorso di Milano è invece dedicato alla dimensione sociale della sostenibilità.

Nello specifico il percorso per le scuole di Brescia svilupperà i seguenti temi:

- La narrazione dei rifiuti e la sfida della complessità
- L'invasione dei pacchi e il rebus del packaging
- Moda e fast fashion
- La seconda vita degli scarti
- Dal primato all'eccellenza

mentre quello di Milano, questi argomenti:

- Parità di genere
- Salute e sicurezza sul lavoro
- Inclusione e pari opportunità
- Equilibrio vita-lavoro e benessere
- Equità intergenerazionale

Entrambi i percorsi condividono il metodo educativo che caratterizza le attività dell'Osservatorio: la lettura critica dei quotidiani, l'analisi dei dati e delle fonti di informazione per sviluppare il pensiero critico dei giovani.

Iniziativa speciale L'economia circolare come sistema industriale italiano

Promossa in collaborazione con



Nell'anno scolastico 2026/2027, l'Osservatorio for independent thinking, in collaborazione con Haiki+ S.p.A., promuove la prima edizione dell'iniziativa "L'economia circolare come sistema industriale italiano", rivolta a tutte le scuole aderenti a "Il Quotidiano in Classe".

Il progetto si pone l'obiettivo di fornire agli studenti le conoscenze e gli strumenti necessari per comprendere in modo critico i temi dell'economia circolare e della sostenibilità. In un contesto caratterizzato da un flusso continuo di informazioni, l'iniziativa intende favorire una maggiore consapevolezza delle sfide ambientali, economiche e sociali del nostro tempo, promuovendo una cultura della responsabilità e dell'innovazione capace di incidere concretamente sui comportamenti individuali e collettivi.

Attraverso l'approfondimento del modello italiano dell'economia circolare e delle sue applicazioni industriali, gli studenti saranno stimolati a riflettere sul proprio ruolo nella costruzione di un futuro più sostenibile, sviluppando competenze utili per interpretare e affrontare le trasformazioni in atto.

Le classi aderenti saranno accompagnate dai propri insegnanti in un percorso educativo supportato da materiali didattici dedicati, videolezioni e strumenti informativi sia cartacei sia digitali, pensati per favorire l'approfondimento e il confronto in aula.

La prima edizione del Progetto

Ogni giorno utilizziamo oggetti, consumiamo risorse e produciamo rifiuti. Ma che cosa succede davvero quando qualcosa smette di servirci? E soprattutto: è possibile evitare che ciò che consideriamo uno scarto diventi definitivamente un rifiuto?

L'economia circolare nasce proprio da questa domanda. Il suo obiettivo è mantenere prodotti, materiali e risorse all'interno dell'economia il più a lungo possibile, riducendo gli sprechi e cercando nuove possibilità di riuso, riparazione, recupero e riciclo. Dietro a questo principio esiste oggi un sistema industriale complesso, fatto di imprese, impianti, ricerca, tecnologie avanzate e professionalità sempre più specializzate.

Il percorso del nuovo Progetto attraversa alcuni dei temi più importanti della circular economy in Italia. Partiremo dalle differenze tra economia lineare e circolare, per poi seguire il viaggio di un rifiuto fino alla sua possibile trasformazione in materia prima seconda.

Entreremo negli impianti per scoprire come tecnologia e innovazione permettono di riconoscere e recuperare materiali diversi, conosceremo le professioni che lavorano in queste filiere e capiremo perché il riciclo e il recupero delle risorse sono diventati strategici per l'Italia e per l'Europa.

Ogni scheda che troverete sul sito www.osservatorioonline.it parte da notizie, dati ed esempi concreti e arriva fino alla vita quotidiana.

Perché l'economia circolare non riguarda soltanto industrie e istituzioni: anche scegliere e utilizzare consapevolmente gli oggetti, ripararli e, quando diventano rifiuti, conferirli correttamente significa partecipare alla costruzione di un sistema capace di sprecare meno e dare più valore alle risorse che abbiamo già.

Iniziativa speciale Il valore dell'indipendenza

Promossa in collaborazione con

BPER:
Banca

Nell'anno scolastico 2026/2027, l'Osservatorio for independent thinking, in collaborazione con BPER Banca, promuove la prima edizione di “Il valore dell'indipendenza”, un'iniziativa educativa dedicata alla prevenzione e al contrasto della violenza economica attraverso la promozione del pensiero critico e dell'educazione alla cittadinanza consapevole. Il progetto si inserisce nel più ampio percorso di educazione civica e di formazione delle nuove generazioni, con l'obiettivo di sensibilizzare gli studenti su un fenomeno dalle profonde implicazioni sociali e personali.

L'iniziativa si propone di accompagnare, su tutto il territorio nazionale, ragazze e ragazzi delle secondarie di secondo grado, verso una piena consapevolezza del valore dell'autonomia e della libertà economica, fornendo loro strumenti utili per comprendere il ruolo delle risorse economiche nella costruzione della propria indipendenza e nella tutela dei propri diritti. Attraverso un percorso di approfondimento e riflessione, le studentesse e gli studenti saranno stimolati a sviluppare competenze di cittadinanza attiva, a riconoscere i segnali delle diverse forme di dipendenza e controllo economico.

Il progetto è rivolto a tutte le scuole secondarie di secondo grado aderenti a “Il Quotidiano in Classe” e coinvolgerà le classi in un percorso educativo strutturato, guidato dai docenti e supportato da materiali didattici appositamente realizzati. I contenuti, elaborati con il contributo di esperti, offriranno spunti di approfondimento, attività e strumenti di riflessione per affrontare il tema in modo consapevole. Il programma sarà inoltre arricchito da tre webinar online, durante i quali le studentesse e gli studenti avranno l'opportunità di confrontarsi con professionisti ed esperti, approfondendo gli aspetti culturali, sociali ed economici della violenza economica e riflettendo sull'importanza dell'autonomia finanziaria come elemento fondamentale per l'esercizio della libertà personale e della piena partecipazione alla vita sociale.

Il valore dell'indipendenza economica

Percorso formativo su indipendenza economica, consapevolezza e pari opportunità a scuola

La consapevolezza finanziaria e il rapporto con il denaro non iniziano con l'ingresso nel mondo del lavoro o con l'avvio di un'attività in partita IVA.

Questo legame si sviluppa molto prima, attraverso dinamiche microeconomiche precoci: la gestione della paghetta settimanale, il primo acquisto autonomo, le prime esperienze lavorative stagionali e la graduale digitalizzazione dei pagamenti; dall'uso supervisionato delle carte dei genitori all'apertura di un conto corrente personale.

Giorno dopo giorno, queste micro-esperienze definiscono l'approccio dell'individuo alla società. Le capacità di gestire le proprie risorse economiche tra consumo, risparmio e investimento, di distinguere i messaggi pubblicitari da consulenze esperte, di valutare la sostenibilità di un finanziamento a rate e di pianificare obiettivi a lungo termine costituiscono i veri pilastri dell'indipendenza e dell'autonomia personale.

L'educazione finanziaria non è una materia solo per tecnici o addetti ai lavori. È prima di tutto un "kit di sopravvivenza" quotidiana per orientarsi nelle scelte di tutti i giorni e costruirsi un domani più consapevole.

Attraverso le cinque schede operative del progetto, presenti sul sito www.osservatorioonline.it, gli studenti affronteranno un viaggio pratico che tocca vari aspetti della nostra vita:

- Come trasformare i primi risparmi in uno strumento di libertà personale.
- Come difendersi dai "falsi profeti" dei social network che promettono guadagni facili.
- Come il denaro influenza i nostri rapporti sociali, l'amicizia e le dinamiche di coppia.
- Perché il divario economico tra uomini e donne riguarda da vicino il futuro di tutti.
- Come imparare a prendere decisioni finanziarie ponderate e riflettere sui propri comportamenti.

Iniziativa speciale **Generazione Risparmio**

Promossa in collaborazione con



Nell'anno scolastico 2026/2027, l'Osservatorio for independent thinking, in collaborazione con Acri, promuove la prima edizione di “Generazione Risparmio”, un progetto triennale dedicato all'educazione finanziaria e alla cultura del risparmio.

La collaborazione di Acri si inserisce nella tradizione della Giornata Mondiale del Risparmio, giunta nel 2026 alla 102^a edizione, e nell'impegno dell'Associazione a promuovere una cultura del risparmio che affonda le proprie radici nella storia delle Casse di Risparmio e prosegue oggi anche attraverso le Fondazioni di origine bancaria.

L'iniziativa nasce con l'obiettivo di trasformare il risparmio da semplice concetto di accumulo a strumento di autonomia, libertà e autodeterminazione. Attraverso un percorso di educazione civica ed economica, gli studenti saranno guidati a comprendere il valore delle proprie scelte, sviluppando consapevolezza, spirito critico e capacità di agire in modo responsabile. In questa prospettiva, il risparmio non rappresenta il fine, ma uno strumento che rende possibile l'indipendenza personale e la libertà di pensiero. Il risparmio ha anche una dimensione collettiva: quando viene investito può contribuire allo sviluppo dell'economia e delle comunità, trasformando una ricchezza individuale in una risorsa capace di generare valore per il Paese.

Il progetto accompagnerà studenti e docenti in un percorso dedicato ai molteplici significati del risparmio, favorendo una progressiva maturazione civica. La prima edizione sarà incentrata sul tema “Il risparmio è autonomia”.

Per supportare le classi, l'Osservatorio metterà a disposizione dei docenti delle scuole aderenti un Kit Didattico completo, pensato per sviluppare nel corso dell'anno scolastico un percorso formativo articolato in cinque lezioni.

Educare al risparmio significa educare alla libertà di scegliere. Attraverso questo percorso, l'Osservatorio e Acri intendono offrire agli studenti non solo competenze economiche di base, ma anche gli strumenti culturali per diventare cittadini autonomi, responsabili e capaci di affrontare con consapevolezza le sfide del futuro.

La prima edizione del Progetto

“Generazione Risparmio” si inserisce nella tradizione della Giornata Mondiale del Risparmio, nata nel 1924 e promossa in Italia da Acri, che nel 2026 giunge alla 102ª edizione. La cultura del risparmio appartiene alla storia delle Casse di Risparmio e, oggi, anche delle Fondazioni di origine bancaria, che ne hanno raccolto l’eredità sociale. È in questa continuità che Acri sostiene un percorso rivolto alle nuove generazioni, per promuovere una maggiore consapevolezza del valore individuale e collettivo del risparmio.

Il denaro accompagna moltissime decisioni della vita quotidiana, spesso molto prima dell’ingresso nel mondo del lavoro. Scegliamo se acquistare qualcosa oppure aspettare, decidiamo come utilizzare una paghetta, confrontiamo prezzi, immaginiamo ciò che potremmo permetterci in futuro. Crescendo, queste decisioni diventano più complesse: arrivano il primo stipendio, un conto corrente, le spese da sostenere, gli obiettivi da finanziare e, progressivamente, la necessità di costruire una propria autonomia.

Per questo l’educazione finanziaria non può ridursi alla conoscenza di termini economici o alla capacità di risparmiare. Prima ancora dei numeri ci sono scelte, e dietro ogni scelta ci sono bisogni, desideri, opportunità, limiti e conseguenze. Imparare a gestire il denaro significa quindi imparare anche a conoscere meglio sé stessi e il contesto nel quale prendiamo le nostre decisioni.

Il percorso comincia dalla scelta, la nostra bussola. Consumare significa utilizzare beni e servizi per soddisfare bisogni, ma non tutto ciò che desideriamo trova origine nello stesso modo. Pubblicità, mode, appartenenza al gruppo e confronto sociale possono influenzare ciò che percepiamo come necessario. Imparare a distinguere, per quanto possibile, tra un bisogno che riconosciamo come nostro e un consumo fortemente sollecitato dall’esterno significa recuperare uno spazio di consapevolezza prima dell’acquisto.

Il secondo passaggio è il lavoro, il motore che permette di trasformare tempo e competenze in una risorsa economica. Guadagnare non significa semplicemente ricevere una somma di denaro: significa avere dedicato ore, capacità, formazione ed esperienza a un’attività. Comprendere questo rapporto aiuta anche a guardare diversamente ciò che spendiamo. Un acquisto non costa soltanto una certa quantità di euro: può rappresentare anche una parte del tempo che abbiamo impiegato per guadagnarli.

Arriva poi il progetto, la mappa. Mettere qualcosa da parte senza sapere perché è diverso dal risparmiare per un obiettivo. Un viaggio, un corso, una patente, un computer o qualsiasi altro progetto diventano più concreti quando sappiamo quanto costano, entro quanto tempo vogliamo realizzarli e quale parte delle nostre risorse possiamo destinare a raggiungerli. Il budget, in questa prospettiva, non serve soltanto a controllare le spese: serve a collegare il presente a qualcosa che

desideriamo costruire nel futuro.

Ma non tutti i progetti si realizzano seguendo una strada già tracciata. A volte bisogna provare, investire e accettare una parte di incertezza. È il terreno dell’intraprendenza, il trampolino. Possiamo investire denaro, ma anche tempo, competenze, relazioni ed energie. Essere intraprendenti non significa rischiare senza riflettere: significa valutare ciò che possediamo, ciò che possiamo perdere e ciò che potremmo ottenere, imparando anche dai tentativi che non producono il risultato sperato.

Il percorso arriva infine all’emancipazione, il traguardo verso cui tutte queste competenze possono convergere. Una riserva di risorse finanziarie non serve soltanto a comprare qualcosa. Può permetterci di affrontare un imprevisto, continuare a formarci, trasferirci, aspettare un’opportunità migliore o sostenere una decisione senza dipendere completamente dagli altri. Il risparmio diventa così uno strumento di autonomia: non una garanzia contro ogni difficoltà, ma un margine in più entro il quale poter scegliere.

Questi cinque passaggi non sono separati. Una scelta di consumo influenza ciò che riusciamo a risparmiare; il lavoro permette di avere risorse disponibili; il risparmio favorisce la costruzione di progetti; un progetto può richiedere di investire e assumersi un rischio; e tutto questo contribuisce, gradualmente, alla possibilità di diventare economicamente più autonomi.

Non esiste però un percorso identico per tutti. Reddito, famiglia, territorio, opportunità educative e condizioni di partenza incidono profondamente sulle possibilità individuali. L’educazione finanziaria non deve quindi suggerire che ogni risultato dipenda soltanto dalla volontà personale. Può però offrire strumenti per leggere meglio le situazioni nelle quali ci troviamo e prendere decisioni più consapevoli all’interno delle possibilità che abbiamo.

La domanda che attraversa l’intero percorso è allora semplice solo in apparenza: che cosa vogliamo fare delle nostre disponibilità economiche? Possiamo consumarle, conservarle, investirle, trasformarle in un progetto o utilizzarle per costruire maggiore libertà futura e, attraverso le nostre scelte, contribuire anche alla creazione di valore per la comunità. Imparare a scegliere significa capire che il denaro non è il fine del percorso, ma uno degli strumenti attraverso cui possiamo dare forma alle nostre aspirazioni prendendo le decisioni.

Iniziativa speciale **Sicurezza sul lavoro**

Promossa nell'ambito del
progetto *Doubt and Debate* in
collaborazione con



FONDAZIONE ROMA

Nell'anno scolastico 2026/2027, **per una selezione di scuole** delle regioni Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia e Sicilia iscritte al progetto *Doubt and Debate*, grazie alla collaborazione con Fondazione Roma, la piattaforma sarà arricchita da un nuovo modulo didattico dedicato alla cultura della sicurezza sul lavoro.

L'obiettivo sarà accompagnare gli studenti nella comprensione delle dinamiche che caratterizzano il mondo del lavoro contemporaneo e nello sviluppo di una maggiore consapevolezza rispetto ai diritti, ai doveri e alle responsabilità che riguardano la sicurezza nei luoghi di lavoro.

Il percorso offrirà agli studenti strumenti di conoscenza e di analisi critica per riflettere sul valore della prevenzione e sull'importanza di riconoscere e affrontare le situazioni che possono mettere a rischio la propria dignità e la propria incolumità. Attraverso attività e momenti di approfondimento online, il modulo offrirà occasioni di riflessione sul rapporto tra lavoro, sicurezza e responsabilità, stimolando la capacità di porsi domande e di sviluppare uno sguardo consapevole sulle dinamiche che caratterizzano il mondo del lavoro.

L'obiettivo è fornire agli studenti gli strumenti necessari per affrontare con maggiore consapevolezza il proprio futuro professionale, affinché i cittadini di domani sappiano riconoscere il valore della sicurezza come principio fondamentale e non siano disposti ad accettare compromessi che possano mettere a rischio la propria dignità o la propria incolumità.

Scheda didattica

Prevenire prima che accada

La sicurezza sul lavoro torna spesso al centro dell'informazione quando si verifica un incidente grave o mortale. La cronaca racconta ciò che è accaduto, le indagini cercano di ricostruire le responsabilità, istituzioni e parti sociali richiamano la necessità di aumentare prevenzione e controlli.

Ma che cosa succede dopo? E soprattutto: gli incidenti sono davvero eventi imprevedibili oppure molti rischi potrebbero essere riconosciuti e ridotti prima che producano conseguenze?

Fonte: Rita Quercè, *“La sicurezza sul lavoro? Le regole ci sono ma servono soldi e volontà”* (Corriere della Sera - Buone Notizie, 27 aprile 2026)

L'articolo parte da un dato che continua a riportare il tema al centro del dibattito pubblico: nel 2025 sono state presentate all'INAIL 1.093 denunce di infortunio con esito mortale, un numero sostanzialmente stabile rispetto al 2024.

Il dato comprende sia gli incidenti avvenuti in occasione di lavoro sia quelli in itinere, cioè durante il percorso tra casa e lavoro.

I dati INAIL sono inoltre inizialmente provvisori e devono essere distinti dagli infortuni successivamente riconosciuti dall'Istituto.

La tesi dell'articolo è chiara: il problema italiano non sarebbe principalmente l'assenza di norme. Il Decreto legislativo 81 del 2008 ha costruito un sistema articolato di tutela della salute e della sicurezza, ma le regole devono essere applicate attraverso controlli, organizzazione adeguata del lavoro e investimenti concreti.

L'articolo richiama anche il possibile contributo delle nuove tecnologie, dall'intelligenza artificiale ai dispositivi capaci di rilevare comportamenti pericolosi o prevedere guasti alle attrezzature.

Il testo permette quindi di superare una lettura della sicurezza basata soltanto sull'errore individuale. Dietro un incidente possono esserci contemporaneamente organizzazione del lavoro, manutenzione, formazione, investimenti, ritmi produttivi e rispetto delle procedure.

■ Chiave di lettura dell'articolo

1. Leggere correttamente i numeri

Quando incontriamo sui giornali espressioni come “morti sul lavoro” o “incidenti sul lavoro”, è importante verificare quale dato venga effettivamente utilizzato.

Nel 2025 l'INAIL ha ricevuto **597.710 denunce di infortunio**, delle quali 1.093 con esito mortale. Tra i lavoratori, i casi mortali denunciati in occasione di lavoro erano 792, mentre quelli in itinere erano 293.

La distinzione non serve a ridimensionare il problema, ma a leggere correttamente le statistiche. Una denuncia rappresenta un caso comunicato all'INAIL e i dati più recenti sono inizialmente provvisori. Un utile esercizio di media literacy consiste proprio nel verificare, davanti a un titolo o a un grafico, **che cosa venga contato**,

quale sia la fonte e quale periodo venga considerato.

2. Dalla colpa individuale alla prevenzione

Quando avviene un incidente è facile concentrare l'attenzione sull'ultima azione compiuta: una distrazione, un movimento sbagliato, una procedura non rispettata. La prevenzione richiede invece di risalire più indietro.

Perché quella situazione era possibile? L'attrezzatura era adeguata? Era stata effettuata la manutenzione? Il lavoratore aveva ricevuto la formazione necessaria?

I tempi di lavoro permettevano di operare in sicurezza?

Il principale riferimento normativo italiano, il **D.lgs. 81/2008**, pone infatti al centro la valutazione e la prevenzione dei rischi.

La sicurezza non deve dipendere soltanto dalla prudenza del singolo, ma essere incorporata nell'organizzazione del lavoro.

3. Sicurezza e costi

Uno dei punti più interessanti dell'articolo riguarda il rapporto tra sicurezza e organizzazione economica. Adeguare un macchinario, svolgere manutenzione, formare il personale o rallentare una lavorazione quando esiste un pericolo comporta dei costi. Ma anche non prevenire ne comporta: infortuni, assenze, interruzioni della produzione, conseguenze giudiziarie e soprattutto danni alle persone.

La domanda diventa quindi culturale prima ancora che economica: **la sicurezza viene considerata un costo aggiuntivo oppure una parte necessaria del modo in cui il lavoro viene organizzato?**

4. La tecnologia può sostituire la responsabilità?

Sensori, dispositivi indossabili, sistemi automatici di arresto e intelligenza artificiale possono contribuire a individuare situazioni pericolose.

L'articolo del *Corriere* sottolinea proprio il potenziale delle tecnologie nella prevenzione.

La tecnologia, però, non elimina la necessità di formazione, manutenzione e organizzazione. Un dispositivo può segnalare un rischio; qualcuno deve comunque decidere come intervenire. È quindi più utile considerarla come uno strumento che rafforza la prevenzione, non come una soluzione automatica.

■ Approfondimento - la sicurezza come sistema

Parlare di sicurezza sul lavoro significa spesso pensare immediatamente a caschi, guanti, scarpe antinfortunistiche o cartelli. Sono elementi importanti, ma rappresentano soltanto una parte della prevenzione.

Il primo passaggio è **riconoscere il pericolo**. Un pavimento scivoloso, una macchina priva di protezioni, una sostanza pericolosa, un carico movimentato in modo scorretto o un ritmo di lavoro eccessivo possono provocare danni diversi. Valutare il rischio significa chiedersi chi possa essere esposto, con quale probabilità e con quali possibili conseguenze.

Il passaggio successivo consiste nel cercare di intervenire **alla fonte**. Se una lavora-

zione pericolosa può essere eliminata o sostituita con una meno rischiosa, questa soluzione è generalmente preferibile rispetto al semplice invito a “fare attenzione”. Allo stesso modo, una protezione collettiva che mette in sicurezza un macchinario protegge tutti coloro che lo utilizzano, mentre un dispositivo individuale dipende anche dal corretto comportamento della singola persona.

La formazione rimane fondamentale, ma non dovrebbe trasformarsi in un modo per trasferire tutta la responsabilità sul lavoratore. Sapere che un comportamento è rischioso è importante; lavorare in un ambiente progettato per ridurre quel rischio lo è ancora di più.

Per questo la sicurezza è un **sistema di responsabilità diverse**. Il datore di lavoro deve valutare i rischi e organizzare le attività in modo sicuro; i lavoratori devono rispettare le procedure, utilizzare correttamente attrezzature e dispositivi e segnalare i pericoli; le istituzioni svolgono funzioni di regolazione, prevenzione e vigilanza.

Nel 2026 il Ministero del Lavoro ha adottato un nuovo **Piano integrato per la salute e la sicurezza nei luoghi di lavoro**, costruito proprio attorno a prevenzione, formazione, vigilanza e collaborazione tra Ministero, INAIL, Ispettorato nazionale del lavoro, imprese e parti sociali. Il Piano insiste anche sulla necessità di sviluppare una cultura della sicurezza che coinvolga i futuri lavoratori già durante il percorso scolastico.

Questo approccio aiuta anche a leggere diversamente le notizie. Di fronte alla cronaca di un incidente, la domanda non dovrebbe essere soltanto “**chi ha sbagliato?**”, ma anche: quali rischi erano prevedibili? Quali misure avrebbero potuto ridurli? Quali responsabilità appartenevano al singolo e quali all’organizzazione? Costruire una cultura della prevenzione significa proprio smettere di considerare l’incidente come qualcosa che può essere analizzato soltanto dopo che è avvenuto.

■ Attività di debate

Più controlli o più prevenzione?

Mozione

“Per ridurre realmente gli infortuni sul lavoro, le risorse disponibili dovrebbero essere destinate prioritariamente a prevenzione, formazione e innovazione nelle imprese piuttosto che all’aumento dei controlli e delle sanzioni.”

La classe viene divisa in due squadre. Una sostiene la mozione, l’altra la contesta. La squadra **a favore** può sostenere che controllare tutte le imprese in modo continuativo sia impossibile e che la sicurezza debba essere costruita prima dell’ispezione, investendo in macchinari sicuri, manutenzione, formazione, organizzazione e tecnologie di prevenzione.

La squadra **contraria** può sostenere che norme e formazione siano poco efficaci se

non esistono controlli sufficienti e conseguenze concrete per chi non le rispetta, soprattutto quando la competizione economica spinge a ridurre costi e tempi. Prima del debate gli studenti consultano l’articolo del *Corriere*, i dati INAIL e almeno un documento istituzionale. Ogni squadra deve preparare:

- tre argomenti principali;
- almeno due dati o fonti a sostegno;
- una possibile obiezione della squadra avversaria;
- una risposta a quell’obiezione;
- una proposta concreta per migliorare la sicurezza.

Durante il confronto gli studenti devono distinguere chiaramente **fatti, dati e opinioni**. Dire, per esempio, che nel 2025 sono state presentate 1.093 denunce di infortunio con esito mortale è un dato verificabile; sostenere che il modo più efficace per ridurle sia aumentare i controlli è invece una tesi che deve essere argomentata.

Al termine, la classe non vota semplicemente la squadra “vincitrice”, ma costruisce una proposta comune rispondendo alla domanda:

Quale combinazione di prevenzione, formazione, tecnologia, controlli e responsabilità individuale potrebbe rendere realmente più sicuri i luoghi di lavoro?

L’obiettivo del debate è comprendere che un problema complesso difficilmente ha una sola causa e, di conseguenza, raramente può essere risolto attraverso una sola misura.

Portale

www.scuolachefarete.it

Nuova edizione del portale per i docenti

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 for independent thinking così che questi siano strumento utile per l'attualizzazione delle materie di studio.

■ Durata del progetto

6 ottobre 2026 - 5 giugno 2027

■ Contatto per informazioni relative allo svolgimento dell'iniziativa

adesioni@osservatorionline.it

Concorsi

Concorso

www.ilquotidianoinclasse.it

Nuova edizione del portale per studenti

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

■ **Nome**

www.ilquotidianoinclasse.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**

6 ottobre 2026 - 1° maggio 2027

■ **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!

■ **Contatto per informazioni relative allo svolgimento dell'iniziativa**

adesioni@osservatorionline.it

Concorso SosteniAMO il Futuro

Promosso in collaborazione con



Il secondo tema, “Come la sostenibilità trasforma e sviluppa il potenziale dei territori”, propone invece una riflessione sul rapporto tra ambiente, comunità e sviluppo locale. Gli studenti potranno esplorare il modo in cui la sostenibilità può contribuire a rendere città, paesi e territori più vivibili e attenti alle esigenze delle persone, immaginando nuovi modelli di crescita capaci di coniugare tutela ambientale, innovazione sociale e benessere collettivo.

“SosteniAMO il Futuro” rappresenta quindi un percorso educativo finalizzato a valorizzare il protagonismo delle nuove generazioni, riconoscendo nei giovani una risorsa fondamentale per il cambiamento. Attraverso la ricerca, la scrittura e l’elaborazione delle proprie idee, gli studenti potranno sviluppare competenze trasversali, capacità di analisi e spirito critico, acquisendo maggiore consapevolezza del ruolo che ciascuno può svolgere nella costruzione di una società più sostenibile.

Nell’anno scolastico 2026/2027 prenderà il via la nona edizione del concorso “SosteniAMO il Futuro”, promosso dall’Osservatorio for independent thinking in collaborazione con Crédit Agricole Italia. L’iniziativa nasce con l’obiettivo di portare nelle aule scolastiche una riflessione approfondita sui temi dello sviluppo sostenibile, accompagnando gli studenti in un percorso di conoscenza, confronto e partecipazione attiva sulle principali sfide ambientali, sociali ed economiche che caratterizzano il nostro tempo.

Il concorso coinvolgerà gli studenti delle scuole secondarie di secondo grado aderenti al progetto “Il Quotidiano in Classe” delle regioni Sicilia, Marche e Piemonte e delle province di Napoli, Roma, Lecco e Sondrio, invitandoli a mettersi alla prova attraverso la realizzazione di un elaborato testuale dedicato alla sostenibilità e al ruolo delle nuove generazioni nella costruzione del futuro.

Per l’edizione 2026/2027 il percorso si svilupperà intorno a due tematiche centrali, pensate per stimolare la capacità degli studenti di osservare il presente, interpretare i cambiamenti in atto e immaginare nuove soluzioni per il domani.

Il primo tema, “Innovazione per il futuro delle nuove generazioni”, invita i ragazzi a riflettere sul ruolo dell’innovazione e delle nuove tecnologie come strumenti capaci di migliorare la qualità della vita, favorire nuovi modelli di apprendimento e aprire opportunità nel mondo dello studio e del lavoro.

Scheda didattica

Innovare i territori, costruire il futuro

Le nuove generazioni vivono in un tempo segnato da trasformazioni rapide. L'intelligenza artificiale, la robotica, le piattaforme digitali e le tecnologie immersive stanno cambiando il modo in cui studiamo, lavoriamo, comunichiamo e partecipiamo alla vita delle comunità. Allo stesso tempo, città e territori sono chiamati ad affrontare sfide sempre più complesse: cambiamento climatico, mobilità, accesso ai servizi, qualità dell'aria, consumo delle risorse e disuguaglianze.

Queste trasformazioni non procedono su binari separati. Il modo in cui utilizziamo le tecnologie ha conseguenze sulla società e sui territori, così come i luoghi in cui viviamo possono favorire oppure limitare opportunità, relazioni, accesso ai servizi e partecipazione.

Una piattaforma digitale può rendere più semplice raggiungere un servizio, un nuovo strumento può facilitare l'apprendimento, una tecnologia può migliorare la mobilità o permettere di utilizzare meglio energia e risorse. Ma perché questo accada è necessario partire dalle persone e dai loro bisogni.

Sostenere il futuro significa allora mettere in relazione queste due dimensioni: aiutare i giovani ad acquisire strumenti, competenze e capacità critica e, allo stesso tempo, creare le condizioni perché quelle conoscenze possano contribuire a costruire comunità più accessibili, resilienti e sostenibili.

Il percorso proposto nasce proprio da questo legame. La prima scheda che troverete sul sito www.osservatorionline.it parte dalle nuove generazioni e dalle trasformazioni che stanno già attraversando la loro vita quotidiana.

L'intelligenza artificiale e gli altri strumenti digitali possono offrire nuove possibilità nello studio, nella creatività, nell'inclusione e nel lavoro, ma richiedono anche consapevolezza, capacità di scelta e attenzione alle conseguenze del loro utilizzo. Conoscere una tecnologia, infatti, non significa soltanto sapere come funziona. Significa anche imparare a domandarsi **a quale problema può rispondere, chi può beneficiarne, quali limiti presenta e come possiamo capire se produce davvero un miglioramento.**

La seconda scheda presente sul sito porta queste stesse domande fuori dallo schermo e dentro i luoghi in cui viviamo. Una città, un quartiere o un piccolo centro possono essere osservati con lo stesso sguardo progettuale: quali problemi incontrano le persone? Quali servizi mancano? Chi rischia di essere escluso? Come possiamo rendere gli spazi più vivibili, accessibili e capaci di affrontare i cambiamenti climatici e sociali?

Servizi accessibili, mobilità sostenibile, spazi verdi, economia circolare, riduzione degli sprechi e partecipazione dei cittadini non sono quindi un tema diverso ri-

spetto all'innovazione. Sono alcuni dei campi nei quali **conoscenze, tecnologie e capacità di progettazione possono trasformarsi in soluzioni concrete.**

Il filo che unisce le due schede è proprio questo passaggio: **dall'avere strumenti al saperli utilizzare per leggere un bisogno, immaginare una risposta e valutare gli effetti.**

Innovare non significa necessariamente inventare qualcosa di nuovo; può significare anche utilizzare meglio ciò che già esiste, mettere insieme competenze diverse o trovare una soluzione più semplice, accessibile ed efficace a un problema quotidiano.

Per questo gli studenti saranno invitati non soltanto a conoscere tecnologie, dati e buone pratiche, ma a osservare ciò che hanno intorno, formulare domande e progettare possibili risposte. Nella prima scheda lo faranno partendo dai bisogni della propria generazione; nella seconda allargheranno lo sguardo alla comunità e al territorio.

Le attività finali seguono quindi uno stesso percorso: **individuare un problema concreto, immaginare una possibile soluzione, capire chi potrebbe beneficiarne e stabilire quali dati potrebbero aiutarci a verificare se l'intervento funziona realmente.**

L'obiettivo complessivo è sviluppare una cittadinanza consapevole e attiva. I giovani non sono soltanto destinatari delle trasformazioni tecnologiche o delle politiche di sostenibilità.

Possono imparare a comprenderle e contribuire a orientarle. In questo senso, costruire il futuro significa anche imparare a prendersi cura dei luoghi e delle persone con cui quel futuro sarà condiviso.

Concorso L'informazione per la sostenibilità

Promosso in collaborazione con



FONDAZIONE
SISTEMA TOSCANA

L'Osservatorio for independent thinking, in collaborazione con Fondazione Sistema Toscana, promuove per l'anno scolastico 2026/2027 il concorso “L'informazione per la sostenibilità”, rivolto alle scuole toscane aderenti al progetto “Il Quotidiano in Classe”: un vero e proprio laboratorio di produzione di contenuti digitali dedicati alla sostenibilità ambientale, all'educazione ecologica e alla valorizzazione del paesaggio toscano.

Gli studenti saranno chiamati a realizzare un reportage nativo digitale, sotto forma di short video, carosello social oppure breve podcast, sul tema “Il Paesaggio che viviamo: focus sulla tutela, valorizzazione e narrazione del paesaggio urbano e naturalistico toscano”. Gli elaborati più meritevoli realizzati dagli studenti potranno trovare visibilità o menzione anche sui canali multimediali e social di Fondazione Sistema Toscana e sul portale intoscana.it.

L'obiettivo della collaborazione è rafforzare il senso di appartenenza degli studenti alla propria comunità, promuovendo la cittadinanza attiva e stimolando una riflessione consapevole sul valore del patrimonio paesaggistico e ambientale della Toscana attraverso i linguaggi della comunicazione digitale.

Scheda didattica

Il paesaggio che viviamo

L'Osservatorio, insieme alla Fondazione Sistema Toscana, propone alle scuole toscane partecipanti al progetto “Il Quotidiano in Classe” un nuovo percorso dedicato al tema “Il paesaggio che viviamo”. L'obiettivo è invitare ragazze e ragazzi a osservare il territorio in cui vivono, naturale o urbano, cercando di comprenderne il valore, le trasformazioni e le fragilità. Ma c'è un passaggio ulteriore: il paesaggio sarà osservato anche attraverso il modo in cui viene raccontato dai media. Quotidiani cartacei e digitali diventeranno così il punto di partenza per cercare informazioni, confrontare punti di vista, verificare dati e fonti e, infine, costruire una propria narrazione del territorio.

Il percorso si concluderà con la realizzazione di un **reportage nativo digitale**: uno short video, un Reel o TikTok, un carosello social oppure un breve podcast rivolto idealmente ai propri coetanei. Non si tratta però semplicemente di “fare un video” o produrre un contenuto accattivante. Prima viene tutto il resto: **osservare, documentarsi, confrontare, verificare, scegliere e soltanto dopo raccontare.**

Per cominciare

Potrebbe essere interessante aprire il percorso con una richiesta molto semplice a un sistema di intelligenza artificiale generativa:

“Crea un'immagine del tipico paesaggio toscano.”

Probabilmente appariranno colline ondulate, cipressi, vigneti, una strada bianca, un casolare in pietra. Forse Firenze sullo sfondo e una luce calda da tramonto.

A questo punto possiamo chiedere agli studenti: **è davvero questa la Toscana che viviamo ogni giorno?**

Certamente anche questa è Toscana. Ma sono Toscana una periferia urbana, una zona industriale, una spiaggia modificata dall'erosione, un centro storico trasformato dal turismo, una montagna che si spopola, un parco urbano, un fiume dopo un'alluvione, una nuova infrastruttura o una zona agricola che cambia funzione. Il primo punto interessante nasce proprio qui. Quando diciamo “paesaggio”, non stiamo parlando soltanto di ciò che è bello da fotografare. Stiamo anche scegliendo **che cosa merita di essere guardato e raccontato.**

La stessa immagine della Toscana che conosciamo meglio è il risultato di una selezione. Fotografia, pubblicità, cinema e comunicazione turistica hanno contribuito nel tempo a rendere alcuni elementi del territorio particolarmente riconoscibili, fino quasi a trasformarli in simboli della regione. La Regione Toscana ha dedicato uno studio proprio alla costruzione di questa iconografia e alla rappresentazione del paesaggio toscano. Il paesaggio reale è inevitabilmente più complesso della sua cartolina.

Ed è precisamente nella distanza tra **territorio vissuto e territorio raccontato** che

può cominciare il lavoro della classe.

Prima di fornire definizioni possiamo partire, come spesso accade nei percorsi più efficaci, da ciò che gli studenti già sanno. Scriviamo semplicemente la parola **PAESAGGIO** sulla lavagna. Che cosa viene loro in mente? Una montagna? Il mare? Una fotografia panoramica? Una città è un paesaggio? E una periferia? Una fabbrica? Un'autostrada? Un luogo degradato?

Solo successivamente possiamo confrontare ciò che è emerso con la definizione della **Convenzione europea del paesaggio**, adottata proprio a Firenze nel 2000, secondo la quale il paesaggio è una parte di territorio così come viene percepita dalle popolazioni, il cui carattere deriva dall'azione e dall'interazione di fattori naturali e umani. La Convenzione compie inoltre un passaggio decisivo: non invita a occuparsi soltanto dei paesaggi eccezionali, ma anche di quelli della vita quotidiana e di quelli degradati.

Anche la Costituzione italiana assegna al paesaggio un valore fondamentale. L'articolo 9 stabilisce che la Repubblica tutela il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della Nazione e, dopo la riforma del 2022, anche ambiente, biodiversità ed ecosistemi, nell'interesse delle future generazioni.

Possiamo allora tenere insieme tre parole: **territorio, percezione, trasformazione**. Il territorio esiste materialmente, ma noi lo osserviamo, gli attribuiamo significati e contemporaneamente lo modifichiamo. I paesaggi che oggi consideriamo "tradizionali" sono spesso essi stessi il risultato di trasformazioni avvenute nel corso dei secoli: campi coltivati, terrazzamenti, filari, centri storici, strade, bonifiche e sistemazioni idrauliche raccontano il rapporto tra comunità e territorio.

Per questo la domanda non può essere semplicemente: **"Il paesaggio sta cambiando?"**. Quasi sempre la risposta sarebbe sì. Più interessante è chiedersi: **come sta cambiando? Perché? Chi prende le decisioni? Quali benefici e quali problemi produce la trasformazione? Che cosa vogliamo conservare e che cosa invece può cambiare?**

Ed è qui che possono entrare i quotidiani.

Leggere il paesaggio attraverso i media

Il paesaggio diventa notizia in moltissimi modi: quando viene progettata una nuova strada, quando un'alluvione colpisce un territorio, quando si discute di un impianto eolico o fotovoltaico, quando una spiaggia arretra, quando un centro storico vive una forte pressione turistica, quando un edificio abbandonato viene recuperato o quando un'area verde viene trasformata.

La classe può quindi partire da ciò che i giornali raccontano.

Gli studenti, preferibilmente divisi in piccoli gruppi, possono cercare sui quotidiani cartacei e digitali e sul portale <https://www.intoscana.it/it/articoli> e approfondimenti relativi al paesaggio toscano o a questioni ambientali e territoriali che abbiano una ricaduta anche locale. Non è necessario stabilire immediatamente se un articolo sia corretto o sbagliato. In una prima fase è molto più utile imparare a **leggerlo criticamente**.

Quale luogo racconta? Quale problema presenta? Chi viene intervistato? Quali soggetti hanno voce e quali restano fuori? Vengono citati dati? Da dove arrivano? Quali fotografie sono state scelte? L'articolo presenta un conflitto, una soluzione, una denuncia? Quale elemento viene messo maggiormente in evidenza? Possiamo immaginare due titoli riferiti allo stesso progetto:

"Il nuovo impianto fotovoltaico deturpa le colline toscane"

oppure:

"Energia pulita, il nuovo impianto produrrà elettricità per migliaia di famiglie".

Entrambi potrebbero contenere informazioni corrette. Eppure raccontano immediatamente due storie differenti.

Un articolo non coincide con il fatto che racconta. Sceglie una prospettiva, alcune fonti, una fotografia, determinate parole. È inevitabile. La competenza da sviluppare consiste nel riconoscere questa selezione senza trasformarla automaticamente in un'accusa di manipolazione.

Il paesaggio diventa così anche un laboratorio di **media literacy**: ambiente contro sviluppo, tutela contro innovazione, turismo come risorsa o come pressione, periferia come degrado o come luogo di trasformazione. Le opposizioni nette funzionano bene nei titoli, ma spesso il territorio reale è molto più complesso.

Proprio per questo il quotidiano deve essere considerato un punto di partenza e non necessariamente il punto di arrivo della ricerca.

Se leggiamo che il consumo di suolo è aumentato, possiamo cercare i dati originali di **ISPRA** (Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale, ovvero un ente pubblico che svolge attività di ricerca, monitoraggio e raccolta dati sulle principali tematiche ambientali). Se un articolo parla di qualità ambientale, possiamo verificare le informazioni attraverso **ARPAT** (Agenzia Regionale per la Protezione Ambientale della Toscana, si tratta di un ente che svolge attività di monitoraggio, controllo e supporto tecnico-scientifico sulle condizioni ambientali del territorio toscano).

Se cita vincoli o caratteristiche paesaggistiche possiamo consultare la documentazione della **Regione Toscana**, dei Comuni o del **Piano di indirizzo territoriale con valenza di Piano paesaggistico - PIT-PPR** (strumento di pianificazione territoriale e paesaggistica della Regione Toscana che definisce indirizzi, obiettivi e regole per la tutela e la trasformazione del territorio). Per altri temi potranno essere utili **ISTAT**, **Protezione Civile**, **Autorità di bacino**, enti parco, università e istituti di ricerca.

L'importante è far comprendere un principio semplice: **una fonte autorevole non è quella che conferma ciò che pensiamo, ma quella che possiede competenze, dati e responsabilità riconoscibili rispetto alla questione che stiamo analizzando**.

Dal giornale al fact-checking

Il passaggio successivo può essere quello di scegliere una singola affermazione contenuta in un articolo e provare a verificarla.

“Negli ultimi anni questa zona è stata fortemente urbanizzata.”

Quanto?

“La costa è sempre più minacciata dall’erosione.”

Quale tratto di costa? Rispetto a quale periodo? Secondo quali rilevazioni?

“Il nuovo progetto avrà un forte impatto sul paesaggio.”

Si tratta di un dato, di una valutazione tecnica o dell’opinione di qualcuno?

La prima competenza consiste proprio nel distinguere ciò che può essere verificato da ciò che appartiene alla sfera delle valutazioni. Dire che un edificio è alto trenta metri è un’affermazione verificabile. Dire che quell’edificio è brutto non lo è allo stesso modo.

Gli studenti possono quindi individuare l’affermazione, cercare la fonte originale, controllare data e contesto e confrontarla con almeno un’altra fonte indipendente. Alla fine dovranno stabilire **che cosa è realmente possibile concludere**.

Non occorre che ogni verifica termini con un semplice “vero” o “falso”. Molte volte il risultato più interessante sarà: *il dato è corretto ma è stato decontestualizzato; la fotografia è vera ma appartiene a un altro momento; l’affermazione contiene una parte corretta ma semplifica la situazione; oppure, semplicemente, non abbiamo abbastanza elementi per stabilirlo*.

Anche imparare a dire **“non possiamo ancora saperlo”** è parte dell’educazione all’informazione.

Lo stesso metodo deve essere applicato alle immagini, particolarmente importanti quando parliamo di paesaggio. Un fotografo può mostrare una piazza affollata oppure fotografarla la mattina presto completamente vuota. Può inquadrare un edificio isolandolo dal contesto oppure mostrare l’intero quartiere. Una fotografia può essere autentica e contemporaneamente offrire una rappresentazione molto parziale.

Alle domande tradizionali — chi l’ha scattata, dove, quando, in quale contesto — oggi dobbiamo aggiungerne un’altra: **siamo sicuri che l’immagine sia autentica?** Non è necessario trasformare gli studenti in investigatori digitali. È sufficiente abituarli a confrontare immagini provenienti da fonti differenti, utilizzare quando necessario strumenti di ricerca inversa e, soprattutto, ricordare che **vedere non**

significa automaticamente verificare.

Ed eccoci sul territorio

Dopo aver letto e verificato, arriva il momento di uscire.

La Toscana offre un campo di lavoro straordinariamente ricco proprio perché non esiste un solo paesaggio toscano. Il **PIT-PPR** suddivide il territorio regionale in venti ambiti paesaggistici, mostrando una varietà che comprende aree rurali e montane, sistemi costieri, città, pianure urbanizzate, territori produttivi e isole.

Un riferimento utile per il lavoro delle classi è anche l’**Osservatorio del Paesaggio della Regione Toscana**, nato per contribuire alla conoscenza, alla tutela, alla valorizzazione e al monitoraggio delle trasformazioni territoriali.

Particolarmente interessante è l’esperienza di **PhotoToscana**, che ha proposto il confronto tra fotografie storiche e immagini contemporanee degli stessi luoghi. Tornare nello stesso punto dal quale è stata scattata una fotografia decenni prima permette di rendere immediatamente visibili permanenze e trasformazioni.

È una metodologia semplice che possiamo riprendere anche nelle nostre classi.

Che cosa è scomparso? Che cosa è stato costruito? Quali funzioni sono cambiate? Il luogo è diventato più accessibile? Più verde? Più trafficato? Più frequentato? Chi lo utilizza oggi rispetto al passato?

Non sempre servirà organizzare una grande uscita didattica. Il paesaggio da studiare potrebbe trovarsi **dietro la scuola**. Una passeggiata nel quartiere può diventare una vera lezione se gli studenti hanno una domanda alla quale cercare risposta. Possono raccogliere fotografie, annotazioni, brevi interviste, registrazioni sonore, osservazioni e confrontarle successivamente con mappe, articoli e documenti.

Potranno scegliere una piazza, un parco, un torrente, una spiaggia, una periferia, una zona industriale, un borgo, un’area agricola, un luogo interessato da una nuova infrastruttura o uno spazio abbandonato e successivamente recuperato.

La scelta del luogo, però, da sola non basta.

“Raccontiamo il nostro paese” rischia di produrre una semplice descrizione.

Molto più fertile è una domanda:

Come è cambiata questa piazza?

Che cosa sta succedendo a questo tratto di costa?

Perché il nostro quartiere è cresciuto in questo modo?

Come convivono turismo e residenti nel centro storico?

Che cosa rimane del paesaggio agricolo che esisteva qui cinquant’anni fa?

Una buona domanda obbliga a cercare informazioni. E soprattutto impedisce di conoscere già la risposta prima di aver iniziato la ricerca.

Dalla ricerca al racconto

Il percorso può procedere con una logica vicina alla **flipped classroom**. Il docente può offrire un primo piccolo dossier composto da articoli, mappe, fotografie, pagine istituzionali e dati. Gli studenti approfondiscono autonomamente o in gruppo e portano poi in classe ciò che hanno trovato.

A quel punto il confronto diventa parte dell'apprendimento. Un gruppo avrà trovato una fonte diversa, un altro una fotografia storica, un altro ancora scoprirà che un dato molto citato risale a parecchi anni prima.

Il compito del docente sarà soprattutto continuare a porre una domanda:

Come lo sappiamo?

Il movimento della ricerca dovrebbe essere continuo:

quotidiano → fonte → territorio → nuove informazioni → verifica → quotidiano.

Può capitare che ciò che vediamo sul posto confermi perfettamente l'articolo. Oppure possiamo scoprire che la situazione è più complessa. Può perfino accadere che sia la nostra opinione iniziale a non reggere di fronte ai dati.

Ed è un risultato positivo.

Fare ricerca non significa trovare prove a sostegno di ciò che pensavamo all'inizio. Significa essere disponibili a **cambiare idea quando le informazioni raccolte lo richiedono**.

Soltanto dopo questa fase arriva il momento di raccontare.

Gli studenti avranno probabilmente raccolto molto più materiale di quanto possa entrare in un Reel, in un carosello o in un podcast di pochi minuti. Dovranno quindi compiere una scelta: **qual è la cosa più importante che abbiamo scoperto?**

La sintesi è parte essenziale del lavoro.

Un contenuto nativo digitale può essere breve senza essere superficiale, coinvolgente senza essere sensazionalistico, semplice senza diventare semplicistico.

Lasciamo quindi spazio ai linguaggi dei ragazzi. Possono utilizzare ironia, voce narrante, fotografie, montaggio rapido, mappe, brevi interviste, immagini storiche e suoni. Non chiediamo loro di imitare un telegiornale.

Chiediamo però alcune cose irrinunciabili: non inventare dati, distinguere fatti e opinioni, indicare le fonti, non decontestualizzare fotografie o testimonianze e correggere un'informazione quando si scopre che è sbagliata.

In altre parole, utilizzare i linguaggi dei social mantenendo alcune regole fondamentali del **buon giornalismo**.

Il percorso può quindi essere riassunto in cinque verbi: **osservare, leggere, verificare, esplorare, raccontare**. Non come passaggi rigidi, perché sarà normale tornare indietro e cambiare direzione, ma come punti di riferimento.

I temi possibili sono moltissimi: trasformazioni urbane, periferie e rigenerazione, consumo di suolo, coste ed erosione, paesaggi segnati dagli eventi climatici, agricoltura, boschi, turismo e centri storici, infrastrutture, mobilità, energie rinnovabili, spopolamento delle aree montane, verde urbano, recupero di aree dismesse, paesaggi industriali.

L'importante è non partire dalla conclusione.

Un impianto fotovoltaico non deve essere necessariamente una ferita nel paesaggio né una soluzione priva di problemi. Una nuova infrastruttura può produrre benefici e costi. Un luogo apparentemente degradato può essere importante per chi lo abita.

Il primo esercizio di cittadinanza consiste forse proprio in questo: **fare domande prima di prendere posizione**.

Alla fine, ogni reportage prodotto dagli studenti diventerà anche una piccola testimonianza del territorio toscano nel presente. Fotografie, voci, dati, immagini e interpretazioni racconteranno non soltanto che cosa sono oggi quei luoghi, ma anche **come vengono guardati da una generazione**.

Tra molti anni qualcuno potrebbe osservare questi lavori come oggi osserviamo una vecchia fotografia e chiedersi che cosa è rimasto, che cosa è cambiato e quali problemi preoccupavano i ragazzi del 2026.

Perché un paesaggio non è soltanto ciò che abbiamo davanti agli occhi.

È il risultato di ciò che abbiamo ereditato, di ciò che stiamo trasformando e anche del modo in cui scegliamo di **guardarlo e raccontarlo**.

Ed è forse proprio questo il senso più profondo del percorso **“Il paesaggio che viviamo”**.

