

*I quaderni di*  
Agenda  **Digitale** <sup>eu</sup>

GENNAIO-APRILE 2022

n. 0010

**Agendadigitale.eu è una testata scientifica e giornalistica registrata al Tribunale di Milano**  
**Dati di riferimento**

Iscrizione ROC n. 16446

ISSN 2421-4167

Numero registrazione 1927, Tribunale di Milano

Editore: Digital360

**Focus e ambito:**

La rivista scientifica, i Quaderni di Agendadigitale.eu, pubblica fascicoli quadrimestrali in open access.

Lo scopo è creare un luogo per accompagnare i passi dell'Italia verso la necessaria rivoluzione digitale, con approfondimenti multidisciplinari a firma di esperti delle materie afferenti all'Agenda Digitale italiana ed europea

**Submission e norme editoriali**

Per effettuare una submission è necessario concordare prima un argomento e le misure precise contattando [info@agendadigitale.eu](mailto:info@agendadigitale.eu).

Inviare un abstract di circa 500 caratteri alla testata, presentando l'articolo.

Le misure del testo finale saranno comprese tra 6mila e 20mila caratteri, salvo accordi per misure superiori.

I riferimenti bibliografici dovranno essere preparati in conformità alle regole dell'APA style, 6a edizione (si vedano le linee guida e il tutorial).

Gli autori sono invitati a tener conto degli articoli già pubblicati nella rivista e di citarli nel loro contributo qualora siano ritenuti di interesse per il tema trattato.

## Comitato Scientifico e editoriale

Direttore responsabile

**Alessandro Longo**

Executive editors

**Paolo Ferri, Mario Morcellini**

In redazione

**Alessandra Talarico: Senior Web Editor**

**Nicoletta Pisanu: Web Editor**

Comitato scientifico

**Presidente:** Alessandro Perego, Politecnico di Milano

**Membri del Comitato scientifico**

**Francesco Agrusti**, Università degli Studi Roma TRE

**Davide Bennato**, Università di Catania

**Giovanni Biondi**, Indire, Iulm

**Giovanni Boccia Artieri**, Università di Urbino

**Paolo Calabrò**, Università Vanvitelli di Caserta

**Stefano Crisanti**, Università del Salento

**Renato Grimaldi**, Università di Torino

**Marco del Mastro**, Unicusano

**Carlo Alberto Carnevale Maffè**, Università Bocconi di Milano

**Carmelo Cennamo**, Università Bocconi di Milano

**Michele Colajanni**, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia

**Mariano Corso**, Politecnico di Milano

**Ottavio Di Cillo**, università di Bari

**Elena Valentini**, Università Sapienza di Roma

**Maurizio Ferraris**, università di Torino

**Paolo Ferri**, Università Bicocca di Milano

**Pietro Fiore**, Università di Foggia

**Stefania Fragapane**, Università degli Studi di Enna Kore

**Alfonso Fuggetta**, Politecnico di Milano

**Carlo Giovannella**, Università Tor Vergata di Roma

**Mariella Guercio**, Università Sapienza di Roma

**Mauro Lombardi**, Università di Firenze

**Mario Longo**, Università del Salento

**Roberto Maragliano**, Università Roma Tre

**Massimo Marchiori**, Università di Padova

**Berta Martini**, Università di Urbino Carlo Bo

**Carlo Medaglia**, Università Unilink di Roma

**Tommaso Minerva**, Università degli studi di Modena e Reggio Emilia

**Mario Morcellini**, Università degli Studi di Roma "La Sapienza"

**Giuliano Noci**, Politecnico di Milano

**Fabrizio Onida**, Università Bocconi di Milano **Mario Pireddu**, Università degli Studi della Tuscia

**Franco Pizzetti**, Università di Torino

**Antonio Rafele**, Università di Parigi (CEAQ- Université Paris Descartes La Sorbonne)

**Francesco Sacco**, Università Bocconi di Milano

**Donatella Sciuto**, Politecnico di Milano

**Nicola Strizzolo**, Università di Udine

**Luca Gastaldi**: eGov, sanità, telecomunicazioni, procurement pubblico, design thinking, Smart Working, Politecnico di Milano

**Maurizio Gentile**, professore associato, Università di Roma LUMSA

**Antonio Ghezzi**: strategia, business model, startups, mobile, Politecnico di Milano

**Nicola La Sala**, registro degli operatori della comunicazione, fattura elettronica, industria4.0, editoria, cittadinanza digitale; Agcom

**Emanuele Lettieri**, sanità Politecnico di Milano

**Maria Beatrice Ligorio**, psicologia, università di Bari

**Marika Macchi**, economia, Unifi

**Riccardo Mangiaracina**: fatturazione elettronica, eCommerce, logistica e trasporti, export, Politecnico di Milano

**Mirco Marchetti**, Sicurezza informatica, unimore

**Chiara Marzocchi**, economia, Università di Manchester

**Cristina Masella**, Sanità, Politecnico di Milano

**Davide Mula**, sanità digitale, cyber security, privacy; Agcom

**Simone Mulargia**, internet and social media studies; Lumsa  
Comitato di referaggio

**Coordinatore**: Luca Gastaldi, Polimi

**Mauro Andreolini**, sicurezza informatica, Unimore

**Luca Baccaro**, concorrenza, diritto comunicazioni elettroniche e dei media; studio legale Lipani  
Catricalà & Partner

**Raffaello Balocco**, IT e innovazione, Politecnico di Milano

**Francesco Capparelli**, privacy, cyber security, ecommerce, data management, identità digitale;  
studio legale ICT Legal Consulting

**Ida Cortoni**, media education e digital literacy; Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale,  
Sapienza Università di Roma

**Giuseppe D'Acquisto**, Autorità garante privacy, sicurezza e privacy

**Daniela Di Donato**, Docente di lettere, Dottoranda di ricerca presso Sapienza Università di Roma-  
Dipartimento di Psicologia dei processi di sviluppo e socializzazione, Collaboratrice del Crespi

**Francesco Di Giorgi**, diritto dell'informazione e della comunicazione, tutela dei consumatori,  
diritto delle comunicazioni elettroniche; Agcom

**Leonella Di Mauro**, data management, e-commerce, tutela del consumatore, diritto delle  
comunicazioni elettroniche; Agcom)

**Gabriele Ferri**, comunicazione e digitale, università Milano Bicocca

**Francesco Paoletti**, docente di organizzazione aziendale e gestione delle risorse umane, Università  
degli Studi di Milano-Bicocca

**Franco Pizzetti**, diritto, privacy, università di Torino

**Barbara Quacquarelli**, scienze umane e formazione, università Milano Bicocca

**Filippo Renga**: turismo digitale, smart agrifood, finance and banking, mobile, Politecnico di Milano

**Angelo Rovatti**, tutela del diritto d'autore, diritti connessi, Diritto dei media; Agcom

**Christian Ruggiero**, sociologia del giornalismo e comunicazione politica; Dipartimento di  
Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma

**Franco Torcellan**, Laboratorio RED del CISRE – Centro Internazionale di Studi sulla Ricerca  
Educativa Università Ca' Foscari Venezia

**Angela Tumino**: Internet of Things, logistica e trasporti, smart city, Politecnico di Milano

**Simone Vannuccini**, economia, SPRU

## Indice del fascicolo

Media digitali sovrani assoluti? Come influiscono su politica e società.....	6
Di <b>Mario Morcellini</b> , professore ordinario in Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi, Roma1 .....	6
L'information guerrilla in ucraina: dimensione strategica e tattica del conflitto.....	14
Di <b>Luigi Giungato</b> , Ph.D. St. in Politica, Cultura e Sviluppo, DiSPeS, Unical - Ricercatore Società Italiana di Intelligence - SocInt.....	14
Giornalismo e post-verità: effetti del digitale sulla qualità dell'informazione.....	22
Di <b>Francesca Rizzuto</b> , Docente di Sociologia del giornalismo dell'Università di Palermo.....	22
Decisioni prese dall'intelligenza artificiale, cosa rischiamo? Le sfide sul tavolo Ue.....	28
Di <b>Giuseppe D'Acquisto</b> , Funzionario del Garante per la protezione dei dati personali, Titolare dell'insegnamento di intelligenza artificiale presso il Dipartimento di Giurisprudenza dell'Università LUISS Guido Carli.....	28
Giochi e videogiochi fanno bene alla salute? Modalità ed esempi .....	35
Di <b>Marco Lazzeri</b> , Cyberpsicologo e formatore della didattica Innovativa esperto in realtà virtuale e <b>Francesco Bocci</b> , Psicologo, Psicoterapeuta ad orientamento Adleriano, esperto in psicologia dei videogiochi .....	35
Ragazzi e tecnologia, la scuola è impreparata: che dicono i dati .....	41
Di <b>Paolo Ferri</b> , Professore Ordinario di Tecnologie della formazione, Università degli Studi Milano-Bicocca.....	41
Automazione: sì, no, quale? Le due facce della Fabbrica 4.0 .....	50
Di <b>Lelio Demichelis</b> , Docente di Sociologia economica Dipartimento di Economia- Università degli Studi dell'Insubria.....	50
Dentro i social network: così l'esperienza diventa merce .....	54
Di <b>Alessandro Ugo Imbriglia</b> , Sociologo del conflitto e dell'industria culturale.....	54
Beni culturali a rischio: strumenti e strategie per vincere la sfida del cambiamento climatico .....	67
Di <b>Alessandra Bonazza</b> , Istituto di Scienze dell'Atmosfera e del Clima, Consiglio Nazionale delle Ricerche.....	67
Il cortocircuito dell'odio in rete: il ruolo delle emozioni, le contromisure per una "svolta culturale" .....	70
Di <b>Francesca Rizzuto</b> , Docente di Sociologia del giornalismo dell'Università di Palermo.....	70

# Media digitali sovrani assoluti? Come influiscono su politica e società

I media digitali rivoluzionano la struttura delle opportunità culturali e comunicative della società: i rischi per l'autonomia di pensiero e di comportamento, l'impatto sul pluralismo, i problemi di sovranità e di sistemi di garanzie

Di **Mario Morcellini**, professore ordinario in Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi, Roma1

La contemporaneità è profondamente segnata dalla **comunicazione tautologica** dei media digitali e dai modelli ideologici e sociali che essi portano con sé. Ogni ambito della nostra vita individuale e collettiva si interseca con le architetture della rete, e la società, liquefatta in infiniti rivoli di conoscenza e informazione, ha oggi a che fare con un complesso panorama epistemologico in cui alcune corporazioni medialie sono divenute in una manciata di anni il melting pot di interessi e poteri dagli esiti che impattano ogni giorno di più la nostra esistenza individuale e collettiva.

Lo dimostra la **postura** che alcune piattaforme, Facebook in modo lampante, hanno ingaggiato di fronte a controversie di non poco conto come il **populismo trumpista**, debolmente osteggiato fin quasi alla vigilia dell'ultimo episodio della saga culminata con Capitol Hill. È stata alimentata così una **polarizzazione divisiva dello spazio digitale** (Salzano, Napoli 2017) a cui i social network oppongono un controllo più che blando alla diffusione di fake news, mentre a fronte dell'emergenza pandemica si è scelta una strada più responsabile e interventista (Morcellini 2021).

Non viene sottolineato abbastanza quanto i colossi oligopolistici costituiscano un **pericolo senza precedenti per la democrazia**, e non solo per l'eventuale sostegno che questi colossi possono garantire a determinate correnti politiche a colpi di algoritmi, a scapito del pluralismo. È, infatti, anche la **matrice liberista e individualistica** dei loro codici "genetici" ad avere un impatto notevole, perché favorisce il successo digitale dell'io sulla collettività, minando alla radice il concetto di bene comune e accelerando quel processo di liquefazione dei valori condivisi in favore di un'ostentata libertà personale, che in realtà maschera semplicemente una vera e propria soggezione al successo economico (Zimmerman 2017, Pasquale 2013).

## Media digitali e sovranità: la denuncia della comunità scientifica

Da tempo, d'altronde, la comunità scientifica denuncia su questi temi una trascuratezza ingiustificabile da parte delle istituzioni e della stessa cultura, che non hanno evidentemente ancora inquadrato a dovere i pericoli potenziali per la nostra democrazia. Nel mondo accademico, a sua volta, una consapevolezza meno intermittente è maturata negli ultimi anni, anche grazie ad alcuni innovativi progetti di ricerca quasi sempre interdisciplinari.

Un caso illuminante, e osservato in diretta, riguarda le evidenze scientifiche via via accumulate durante il lungo lavoro di ricerca per il progetto finanziato da Sapienza Università di Roma intitolato "Social network, consensus building and political institutions"<sup>[1]</sup> e diretto da Beniamino

Caravita. Esse rappresentano la base di partenza di questa riflessione, perché indicano in modo inequivocabile la frontiera che si apre a chi non voglia chiudere gli occhi **sull'impatto delle piattaforme digitali sull'intero scenario sociale e, più precisamente, sul pluralismo valoriale e politico**. Stiamo infatti parlando dell'impressionante contesto di possibili forme di influenza riconducibile alla comunicazione digitale su comportamenti decisivi del soggetto quali **la formazione delle immagini della realtà**, incluse le idee politico-sociali.

I risultati saranno presto sottoposti a un approfondimento scientifico nella forma di un nuovo Progetto di Rilevante Interesse Nazionale, al momento sotto esame degli Organi istruttori, ma non stiamo parlando solo di ipotesi e possibilità, poiché un approccio scientifico multilaterale e compiuto è stato comunque sapientemente sviluppato e messo alla prova nel corso della ricerca.

I suoi risultati infatti indicano la necessità di **partire dalle conoscenze acquisite in letteratura**, considerando a questo fine anche il numero monografico sui processi di sostituzione della politica con la comunicazione della rivista Paradoxa<sup>[2]</sup>.

Si può aggiungere però che non mancano esempi internazionali e domestici di un'impostazione che promette di collegare persuasivamente gli orientamenti adottati dai cittadini ai sistemi di influenza e di raccomandazione<sup>[3]</sup>.

### Media digitali e sovranità: l'impatto sulle campagne elettorali

Per di più, un tale tema sembra particolarmente osservabile, in termini di chiarezza e rapporto fra gli item in gioco, in quelle situazioni speciali che sono **le campagne elettorali**, quando aumenta considerevolmente l'incertezza tra scelte alternative (Morcellini 2002), e diventa dunque più plausibile, e potenzialmente risolutivo, l'affidamento alle fonti comunicative e informative, scelte quali risorse per ridurre o rimarginare lo stress dell'indecisione, in un contesto di crisi di tutti gli altri punti di riferimento circostanti.

Puntualmente, nei momenti in cui più acuta è la polemica relativa alla capacità di utilizzare i social network, e in generale i media digitali, per favorire posizioni politiche preconfezionate, suggerite a pubblici sempre più incerti, si chiama in causa la **situazione di campaign**. Insisto su questo punto poiché, pur essendo le chiamate al voto poco distinguibili dalle campagne elettorali permanenti, è in momenti simili che si riducono le variabili di impatto potenzialmente interferenti e si rivela più nitida e concentrata la forza persuasiva attribuibile ai media<sup>[4]</sup>.

### Media digitali e sovranità: la debolezza dell'apparato normativo

A fronte di questa situazione contrassegnata anche da ritardi di conoscenza e dunque da uno studio scientifico inadeguato, il nostro Paese aggiunge vistosi elementi di indecidibilità<sup>[5]</sup> o veri e propri deficit nell'apprestare garanzie di indipendenza e di equilibrio efficaci, che riguardano anzitutto l'infrastruttura regolatoria in capo a Parlamenti, magistratura, governi e Autorità di garanzia.

Bisogna dire una verità più profonda: **l'apparato normativo** non ce la fa ad accogliere nelle sue declaratorie buona parte dei fenomeni di cui discutiamo, e mostra una **debolezza strutturale** rispetto alle forme di accumulazione di potere dei grandi player internazionali della comunicazione, quando addirittura non rimuove assolutamente il problema. Si è parlato in proposito di 'praterie digitali', indicando giornalmisticamente situazioni di sregolatezza che favoriscono accumulazione di rendite di posizione ai nuovi venuti, pronti a lucrare sulla inesistenza o almeno inappropriata di norme, per circoscrivere forme e modi dell'influenza sociale.

È esemplare in proposito l'**incidente 'Cambridge Analytica'**, che ha dimostrato la concreta possibilità di uso aberrante di enormi quantità di dati a fini politici da parte di un'azienda di consulenza di marketing online, smascherando così l'incapacità di tenere sotto controllo il modo in cui interessi di parte sfruttano il patrimonio di dati che le big companies producono ogni giorno. L'impressionante risonanza comunicativa e istituzionale di questo caso ha comunque messo in luce una **strutturale difficoltà gestionale delle imprese** a mettere in sicurezza il percorso dei dati (Gillespie 2010, Lippold 2011, Gitelman 2013).

Sappiamo, del resto, che quello di Cambridge Analytica non è stata l'unica criticità nei rapporti tra Over the Top e politica internazionale. Tutto questo apre **una vertenza di garanzie di sistema** tutt'altro che risolta. È singolare in proposito l'asimmetria che si prospetta rispetto a precedenti episodi simili, anche se spesso riconducibili a situazioni nazionali, quando sono stati sollevati rischi di un uso di parte della comunicazione mainstream. Per molto meno di quanto sta succedendo oggi abbiamo parlato di far west, occhieggiando le distorsioni di mercato eventualmente in capo a tv commerciali o media proprietari, e oggi sembriamo attoniti persino di fronte alle esigenze di un aggiornamento in termini di lessico, contenuti ed economia dell'attenzione da riservare all'impatto del digitale sulla politica. E occorre meditare sulla circostanza che persino i creatori o curatori degli imperi, che a questo punto dovremo definire coloniali, riconoscono la fondatezza dei dubbi di parzialità e addirittura dei **rischi per l'autonomia di pensiero e di comportamento dei soggetti contemporanei** (Couldry, Mejias 2019).

A questo proposito, anche le accuse della ex dipendente di Facebook, Frances Haugen, emerse a settembre 2021, testimoniano tramite denuncia alla Securities and Exchange Commission (Sec) degli Stati Uniti che il social intraprende azioni non corrispondenti alle sue dichiarazioni pubbliche in materia di odio e discriminazione online. D'altronde, è emerso che anche Tik Tok fa un uso improprio degli algoritmi di ranking, che sembrerebbero valorizzare contenuti espliciti e legati alla droga, come dimostra un esperimento condotto di recente dal Wall Street Journal<sup>[6]</sup>.

Come non vedere, allora, la **centralità di un approccio sistematico**, e quindi anche giuridico, ai nodi della comunicazione di oggi? Sono in gioco diritti fondamentali costituzionalmente protetti, non sufficientemente tutelati dalle esili garanzie del buonismo e della distrazione, che arrecano pregiudizio al futuro di ognuno e di tutti.

Il dibattito si incarta su interrogativi non di rado retorici, sulla necessità di norme più attuali e cogenti, e inevitabilmente si arresta di fronte a difficoltà da un lato tecniche, e dunque oggettive, ma dall'altro dimostrative di un'inadeguata impostazione scientifica dei nodi che stiamo discutendo. E proprio al diritto hanno ragione di chiedere risposte<sup>[7]</sup>.

## Media digitali e sovranità: i nodi da affrontare

Di fronte a noi si staglia un grave limite di conoscenza e aggiornamento delle domande più rilevanti: **deve essere la ricerca pubblica a cogliere e interpretare i problemi nuovi**, dibattendo sulle possibili soluzioni giuridiche per le criticità via via riscontrate, e qui occorre allora mettere al centro l'analisi dell'esistente a fronte del disagio normativo a regolarlo. Solo così si potrà avere almeno una preliminare chiarezza di visione. Per superare ogni ambiguità e ritardo, non c'è niente di meglio che mappare le esitazioni scientifiche strettamente riconducibili alle scosse continue dei cambiamenti. Solo così si può provare ad allineare alcune evidenze su cui c'è sostanziale consenso degli studiosi di diversa formazione e provincia disciplinare. Resta tuttavia vero che una trattazione tematizzata su singoli problemi rischia a sua volta di allontanare un approccio sistemico assolutamente più adeguato al contesto della comunicazione di oggi.

Il primo nodo da affrontare è certamente la **presa d'atto dell'enorme potere, non solo economico, dei dati**, in un contesto di crescente globalizzazione dei mercati comunicativi. Una tale questione è l'incipit del nostro discorso, poiché identifica riassuntivamente un carattere dei 'tempi moderni', coinvolgendo criticità quali l'automazione dei processi<sup>[8]</sup>, gli algoritmi costitutivi e la trasparenza delle black box. Al di là delle questioni etiche sottostanti, si impongono all'attenzione **problemi di sovranità e di sistemi di garanzie**, difficilmente alla portata dei singoli Paesi<sup>[9]</sup>.

Il secondo e conseguenziale nodo riguarda la **pervasività delle informazioni e l'aumento di tempo dedicato alle interazioni con i device** comunque riconducibili a dati lavorati dalle grandi corporations della comunicazione.

Ma un ulteriore indicatore della nuova condizione umana di fronte allo strapotere della comunicazione è quello dell'**immediatezza**. Quest'ultima esige una struttura cognitiva pronta a fronteggiare in tempi rapidi informazioni nuove, per le quali è difficile riconoscere l'esistenza di appropriate forme di educazione e/o di aggiornamento, che meglio metterebbero in grado i soggetti di correggere l'asimmetria oggettiva tra schermi accattivanti e bisogni comunicativi non sempre disponibili all'esercizio di un punto di vista critico o almeno di attenzione. Basterebbe qui domandarsi chi, davvero, si occupa oggi della formazione di abilità cognitive come queste sia nel sistema scolastico che nelle strategie di riduzione del digital divide.

Anche solo assemblando questi elementi, è difficile non riconoscere che **abbiamo di fronte un potere simbolico e persuasivo 'posseduto' da un numero ridotto di soggetti**, spesso riferibili a pochissimi centri di influenza. Si delineano a ben vedere molte caratteristiche di quello che le culture disponibili definiscono **potere sovrano**, configurando oggettivamente un tiro alla fune con gli Stati e con le loro prerogative costitutive. C'è un sovranismo degli over the top così vistoso da aver suggerito a un acuto membro di un'Autorità indipendente la **riformulazione di over the law**, per sottolineare la sostanziale allergia alla regolazione dei grandi player, inevitabilmente connessa ad una scarsa revenue rispetto al nodo della tassazione degli introiti (Michels 2017)<sup>[10]</sup>.

Siamo ancora una volta di fronte al riscontro del fondamento economico e globalizzante che sta alla radice dell'affermazione e della forza degli Over the Top, e della dimostrata capacità di creare un mercato compatibile e su misura della loro performatività. Trasferendo questa annotazione allo scenario più generale che si prospetta, è in questo contesto che "l'homo oeconomicus appare piuttosto l'effetto di una determinata organizzazione dei rapporti economici e sociali e del correlativo apparato ideologico di legittimazione, che non un dato di realtà ad essi soggiacente" (Resta 2014, Marotta 2019).

## Media digitali e sovranità: l'asimmetria di potere e la necessità di un approccio giuridico

L'insieme di questi rilievi conferma quanto sia ormai lampante **l'asimmetria di potere tra Stati, istituzioni sovranazionali e iperconcentrazioni comunicative**, che fatalmente adottano l'agency di una vera e propria Politica internazionale. A maggior ragione si rivela pertinente un monito di Hauke Brunkhorst: "il diritto è nello stesso tempo sistema immunizzante della società e medium del suo cambiamento". Ma è vero che "finché la costituzione della società mondiale, e le costituzioni delle società nazionali, non saranno organizzate in modo democratico, la loro peculiare e ambivalente struttura – di giuridificazione e de-formalizzazione, diritti formalmente eguali e norme organizzative concretamente ingiuste – continuerà a produrre e rafforzare il dominio informale (Brunkhorst 2008, p.593).

È evidente che stiamo parlando di processi che rivoluzionano non solo ‘il nuovo che avanza’ ma la stessa struttura disponibile delle opportunità culturali e comunicative della società. È singolare, infatti, il modo in cui gli squilibri prospettati in termini di potere e autonomia si scaricano perfino sul continente mainstream, revocando in discussione risorse quali la libertà di informazione, l’indipendenza editoriale delle testate e, sullo sfondo, la tematica dei diritti sociali per l’accesso a beni comuni quali la comunicazione. A questo scenario va aggiunto il fenomeno crescente di una disinformazione che rischia di apparire come la cifra metaforica più vistosa del nostro tempo, mentre è indubbio che si tratti di un effetto forse persino prevedibile della sregolatezza del mercato e di quello che in letteratura va sotto il nome di **information disorder** <sup>[11]</sup>.

Al di là dell’implicito riferimento all’elaborazione di Ugo Mattei (2012), si impone qui un messaggio caro a Stefano Rodotà che descrive come capitale la questione rappresentata “da una possibile metamorfosi di un sapere tutto risolto in una logica proprietaria”, mentre appare urgente un “quadro delle responsabilità e dei compiti specifici, e sempre più rilevanti, dei regolatori pubblici che devono individuare quali beni possano essere accessibili attraverso gli ordinari meccanismi di mercato e quali, invece, debbano essere sottratti a questa logica” (2012, p. 127).

È importante sottolineare la **dimensione linguistica** a cui si ricorre di fronte a fenomeni e patologie come quelle citate: un sistema di parole abbastanza pudico, che non arriva mai alle sue estreme conseguenze. Il discorso fatalmente imbuca formule del già noto e addirittura slogan logori: le condizioni di concorrenza come tutela autosufficiente, i rischi di eccesso di potere e rendite di posizione o quelli della concentrazione in trust oligopolistici. A fronte di tutto ciò, sarà indispensabile adottare una linguistica che non faccia sconti sulla verità in nome del politicamente corretto.

Dall’insieme di queste osservazioni consegue la scelta di **porre come centrale l’approccio giuridico**, per aumentare la capacità di conoscenza e la consapevolezza di un passaggio al futuro in pieno svolgimento. Si deve però superare la tentazione di sottomettersi alle difficoltà tecniche della normazione, perché una tale scelta farebbe assurgere l’innovazione tecnologica a variabile indipendente, delineando lo scenario noto come ‘fondamentalismo delle macchine’ efficacemente definito tecnosciovinismo dalla studiosa americana Meredith Broussard (2019). Ma a ben vedere, altro non è che la variante di una concezione della tecnologia legibus soluta, adottata di fatto per non stressare l’indecidibilità regolatoria e scegliendo il laissez-faire. Un alibi per mascherare una sostanziale autolimitazione del diritto.

## Conclusioni

Difficile prefigurare soluzioni in grado di arginare questa radicale criticità della nostra vita civile e collettiva. Il cambiamento di rotta dovrà interessare non solo le priorità legislative e finanziarie di ogni singolo Stato, ma anche **un reale impegno dei politici e di tutte le agenzie di socializzazione** per realizzare più equity, difendendo le persone dai rischi che i media inevitabilmente portano con sé. In generale, è necessario un cambio di mentalità in primis da parte delle élite per tornare ad essere cittadini, anziché utenti. Se non addirittura sudditi.

Quanto agli Over the Top, le recenti rivelazioni di ex dipendenti di Facebook e alcuni volumi pubblicati da ricercatrici americane su centinaia di interviste a lavoratori del colosso (Frenkel 2021), rendono più chiara la necessità di **abbattere l’aura di indeterminatezza** che queste aziende hanno saputo alimentare attorno alla loro figura e al relativo operato. Non entità astratte e distanti: Google, Facebook, Amazon sono aziende commerciali che creano profitto, anche a scapito dei dipendenti (Zuboff 2019). Forse il bando censorio più oltraggioso degli ultimi anni non è quello imposto a

seguito dei fatti di Capitol Hill, bensì quello attorno al loro operato, spesso parcellizzato, come in una catena di montaggio, in tante diverse tessere che compongono l'intero mosaico della realtà delle macchine.

Allarghiamo ora lo sguardo nell'obiettivo di interrogarci sulle ragioni della così massiccia migrazione dei moderni e soprattutto dei giovani verso i media digitali, amputando e talora liquidando ogni apertura al mainstream chiaramente bollato come tradizionale e dunque superato. È impossibile non prospettare il rischio di perdita di varietà e di riferimenti plurali particolarmente necessari nel tempo della formazione, tanto più se si annota che nonostante qualche recente innovazione, la scuola non offre garanzie certe di capacità di educazione critica ai mondi della rete.

---

## Note

1. Nell'ambito della ricerca di Ateneo 2018 "Social network e formazione del consenso", che vede coinvolti giuristi, fisici e sociologi della comunicazione di Sapienza Università di Roma, il gruppo di studio è giunto ormai ad un buon livello di approfondimento e dialogo interdisciplinare al punto da dar vita a una proposta di Progetto di Rilevante Interesse Nazionale dal titolo "'Téchné' e 'Politiké', verso una regolazione della rete. Pluralismo, (dis)informazione, democrazia digitale". [↑](#)
2. Cfr. il numero 3/2020 della rivista quadrimestrale Paradoxa "La comunicazione al posto della politica", a cura di Mario Morcellini e Michele Prospero. [↑](#)
3. Ad esempio, si parla di algorithmic governance (McFarlane, Söderström 2017) o cultura algoritmica (Gillespie, 2013). [↑](#)
4. Il fenomeno è senza dubbio acuitizzato dalla pervasiva tendenza da un lato alla polarizzazione dei contenuti, dall'altro alla personalizzazione e leaderizzazione dei movimenti e dei partiti politici che spinge a canalizzare il consenso attraverso un uso 'strategico' dei media sempre più orientato verso l'adozione di un registro emozionale. A tale proposito cfr. Lorenzo Castellani, "Reale e virtuale: i nuovi percorsi della politica", in "The new's room. Umano vs virtuale. Restare umani nell'epoca dell'iperdigitalizzazione", luglio-agosto 2017, p. 8: "Come spiega il sociologo Salmon le democrazie sono diventate sempre più emotive, il cosiddetto storytelling non è altro che un meccanismo evocativo intorno ad un leader per suscitare l'emozione dei cittadini e canalizzarne il consenso. Se fino a qualche decennio fa erano le opinioni a dominare il dibattito politico, oggi sono le emozioni amplificate dal meccanismo di massa che si propaga attraverso le fibre ottiche". Sul nuovo rapporto fra politici e cittadini, si veda anche Gorgoni (2021, p.10) nel delineare lo scenario attuale determinato dall'uso disintermediato delle nuove tecnologie da parte di molti politici, sottolinea che "grazie all'opportunità di presa di parola, garantita dagli account personali, nascono nuove forme di interazione, prive di mediazioni esterne ed evocative di una vicinanza e intimità un tempo impensabili". È l'esito estremo di quella che Sara D'Agati, in una prospettiva critica mirante a superare la cornice dicotomica tipicamente italiana che vede contrapposti 'tecno-entusiasti' e 'nostalgici dei tempi andati', ha definito una "nuova, più vasta, emergenza migratoria": la sempre più marcata e accelerata trasmigrazione dal mondo reale al mondo virtuale (D'Agati, 2021, p. 6). [↑](#)
5. Ovviamente esistono anche opinioni in controtendenza, tra cui occorre segnalare i diversi contributi presenti nel manuale di Mensi, Falletta (2018), in cui vengono analizzati i più importanti nodi giuridici relativi al nuovo scenario multimediale, dal copyright al contrasto

all'hate speech, dalla cybersecurity alla web democracy, dalla e-Privacy al diritto all'oblio.

[↑](#)

6. Cfr: <https://www.wsj.com/articles/tiktok-algorithm-sex-drugs-minors-11631052944> [↑](#)
7. Cfr. gli articoli pubblicati su Agendadigitale.eu: “Big Tech, i ritardi della politica sono rischi per i nostri diritti” (21 aprile 2021) e “Le nostre vite gestite dalle Big Tech: le sfide per cultura, democrazia e regolazione” (31 luglio 2021). [↑](#)
8. Si vedano a tal proposito le dichiarazioni sulla “sovranità digitale” rilasciate da Thierry Breton, Commissario europeo per il mercato interno, al quotidiano Les Echos in data 27 agosto 2020 <https://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/europe-limperatif-de-la-souverainete-1232833> [↑](#)
9. Sulla necessità di individuare valori forti di riferimento in grado di orientare e ispirare i decisori politici in una necessaria e improrogabile dimensione internazionale, si veda Picard e Pickard (2017). I due autori elencano ventitre principi universali di armonizzazione della libera iniziativa privata nel settore delle nuove tecnologie comunicative e sottolineano il bisogno di assicurarne la trasparenza e l'utilità pubblica: “Policies should not inhibit private investments in infrastructure, systems, content and innovation, because these provide social benefit, but neither should private interests be privileged to ignore public interests.” (ibidem, p. 12). L'obiettivo è quello di una riflessività aperta e sinergica che chiami ad un confronto trasparente policymakers e attori economici al cospetto del superiore valore del bene comune: “The aim is to bring into clearer focus principles that usually remain invisible and tacit.” (p. 14). “The principles that we advocate are based on fundamental values such as accountability, dignity, dialogue, equity, freedom, inclusiveness, openness, security, self-determination, reward and responsibility” (p. 13). [↑](#)
10. Su questi temi decisivi per la tenuta di un'autentica democrazia digitale, si veda Michels (2016) “Corporations have shown a consistent ability to evade regulations and tax law, and pit localities against one another. Global capital likely prefers small and polarized state to ones that are effective and truly representative. To that end, the kind of policy we see might not be about protecting markets from competition, as much as about protecting capitalism from democracy.” (p. 29). [↑](#)
11. Il riferimento è al position paper da me firmato per il V° evento del Ventennale Agcom (“Dalla disinformazione a un nuovo giornalismo”), a lungo pubblicato sul sito dell'Ordine nazionale dei giornalisti. [↑](#)

## Bibliografia

Broussard M., 2019, “La non intelligenza artificiale. Come i computer non capiscono il mondo”, FrancoAngeli, Milano.

Brunkhorst H., 2008, “There will be blood. Costituzione senza democrazia”, in “Iride. Filosofia e discussione pubblica”, n.3.

Couldry N., Ulisses Mejias U, 2019, “The Costs of Connection: How Data Is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism”, Stanford University Press, Standford.

D'Agati S., 2021, “Di una nuova, più vasta, emergenza migratoria. Quella dal mondo reale al mondo virtuale”, in “The new's room”.

Frenkel S., Kang C., 2021, “Facebook: l'inchiesta finale”, Einaudi, Roma.

Gillespie T., 2013, "The Relevance of Algorithms", Mitpress, Boston.

Lippold J., 2011, "A New Algorithmic Identity: Soft Biopolitics and the Modulation of Control", in "Theory, Culture & Society", 28(6).

Mattei U., 2012, "Beni comuni. Un manifesto", Laterza, Roma-Bari.

McFarlane C., Söderström O., 2017, "On alternative smart cities: from a technology-intensive to a knowledge-intensive smart urbanism", in "City", n.21 (3-4), pp. 312-328.

Gorgoni S., 2021, "La politica tra social e democrazia diretta", in "The new's room".

Marotta S., 2019, "La forma dell'acqua. Economia e politiche del diritto nella gestione delle risorse idriche", Editoriale Scientifica, Napoli.

Mensi M., Falletta P., "Il Diritto del web", CEDAM, Milano 2018.

Michels S., 2017, "The end of politics?", in "InterMEDIA", n.45(2), pp. 28-31.

Morcellini M., in corso di pubblicazione, "La sfida comunicativa del Covid 19 nella lettura delle Scienze sociali", in Conti U., "Progettualità sociologica. Scritti in onore di Maria Caterina Federici", Intermedia edizioni, Amelia 2022.

Morcellini M., 2002, "Comunicazione politica e scelte elettorali. Dinamiche dell'incertezza", in Assunto Quadrio e Lucia Venini, a cura di, "La comunicazione nei processi sociali e organizzativi", FrancoAngeli, Roma.

Pasquale F., 2013, "Privacy, Antitrust, and Power", in "George Mason Law Review", n.20(4).

Picard R., Picard V., 2017, "Principles for policymakers", in "InterMEDIA - International Institute of Communications", n. 45, pp. 11-14.

Resta G., 2014, "Gratuità e solidarietà: fondamenti emotivi e irrazionali", in Giacomo Rojas Elgueta, Noah Vardi, a cura di, "Oltre il soggetto nazionale. Fallimenti cognitivi e razionalità limitata nel diritto privato", Roma TrePress, Roma.

Rodotà S., 2012, "Il diritto di avere diritti", Laterza, Roma-Bari, 2012.

Salzano D., Napoli A., 2017, "La parresia degli algoritmi", in "Studi di sociologia", n.XXX, pp.1-18.

Zimmerman H., 2017, "Becoming ethical: Mediated pedagogies of global consumer-citizenship", in "Journal of Consumer Culture", pp.1-18.

Zuboff S., 2019 "The Age of Surveillance Capitalism. The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power", Public Affairs, Londra.

# L'information guerrilla in ucraina: dimensione strategica e tattica del conflitto

Tra le “armi” mediatiche sfoderate in quella che si può considerare la prima “Guerra ibrida mondiale”, anche il marketing sta facendo la sua parte. La guerra di informazioni può essere considerata la principale innovazione del conflitto, ma quella mediatica occidentale è davvero un’offensiva così efficace?

**Di Luigi Giungato**, Ph.D. St. in Politica, Cultura e Sviluppo, DiSPeS, Unical - Ricercatore Società Italiana di Intelligence - SocInt

Negli ultimi mesi, venti di distensione sono parsi alternarsi a nubi di tempesta sull’Est Europa mentre, parallelamente alla guerra che infuria sul campo di battaglia reale, la battaglia mediatica combattuta nell’infosfera è parsa volgere finora a vantaggio del blocco occidentale contro quello orientale. Eppure, cercando di delineare una distinzione tra dimensione strategica e tattica del confronto, tale superiorità della sfera occidentale su quella russa potrebbe non apparire più così nitidamente evidente.

Era il giugno 2021, quando Fiona Hill, già analista per la CIA durante le presidenze di George W. Bush e Barak Obama, capo degli affari europei ed euroasiatici del National Security Council durante la presidenza di Donald Trump, dichiarava al Financial Times che “i russi ci hanno effettivamente già dichiarato guerra molto tempo fa nella sfera dell’informazione”.<sup>1</sup> Una guerra quindi che, almeno alla confluenza tra spazio mediatico globale e narrazioni ideologiche, avrebbe già assunto da tempo i tipici caratteri di una polarizzazione geopolitica, molto prima che essa si manifestasse nella più stringente attualità, un conflitto già da tempo deflagrato, seppure, potremmo dire, come brace sotto la cenere di una nuova guerra fredda.

## Il nuovo concetto di guerra ibrida

Come ormai assodato, sia in ambito accademico che militare, l’*information war* è solo una delle diverse dimensioni che confluiscono nel nuovo concetto di *guerra ibrida*, divenuto comunemente sinonimo di guerra contemporanea. Eppure, essa assume una peculiarità rispetto agli altri paradigmi propri dei conflitti ibridi, come le *cyberwar*, le azioni di guerra economica, di sabotaggio, di guerra elettronica, etc. In effetti, è lo stesso concetto di “information war” a rappresentare in sé un superamento rispetto alla classica accezione di “guerra di propaganda”, intesa meramente come il tentativo di imporre una realtà fittizia, subita inconsapevolmente da parte delle popolazioni coinvolte in un conflitto e attorno alla quale costruire una subliminale azione politica repressiva (Arendt, 1948); oppure come l’insieme delle attività comunicative coordinate da parte dell’autorità, mediante i propri organismi preposti, al fine di influenzare le rispettive popolazioni e forze armate coinvolte, inducendole a *desiderare* le decisioni politiche o la vittoria della propria fazione, allo stesso modo di come si desidera la merce (Bernays, 1928). Se, infatti, l’accezione di propaganda così intesa pone il proprio target in un ruolo sostanzialmente passivo, con la rivoluzione digitale la *guerra per la verità*, al contrario, si pone come una guerra di informazioni-narrazioni *agite* da parte degli attori-utenti nello spazio digitale interconnesso, attraverso i loro dispositivi di interconnessione globale, utilizzando o subendo i contenuti estrapolati dalla realtà come se fossero i proiettili di un’arma ad uso civile che si dispiega nella rete mediatica: una guerra, appunto, *senza limiti*, come nell’ormai classica accezione

<sup>1</sup> <https://www.ft.com/content/51fc3b07-78a5-4461-823c-c9d22baeb063>

di Liang e Xiangsui (2004), Attraverso, quindi, l'indispensabile azione dei *prosumer* di guerra – e parafrasando l'adagio di McLuhan (1964) – in una guerra ibrida *le armi sono il messaggio* e, difatti, nel presente confronto globale, la realtà concreta delle armi è stata trasformata – o potremmo dire, *rimediata* – in ordigni digitali a uso bellico. In quanto *guerra di discorsi*, tuttavia, una guerra di informazioni è anche *conditio sine qua non*, senza la quale una guerra reale non potrebbe avere luogo. Proprio in virtù della propria valenza di contrapposizione politico-discorsiva, infatti, essa si configura in sé come necessario prerequisito di un conflitto reale. È proprio in tale prospettiva che, quindi, l'*information war* assume i tratti di una dimensione strategica del conflitto, un'arma preventiva e imprescindibile ai fini di qualunque sviluppo bellico.

Tuttavia, a differenza del passato, l'attuale confronto di narrazioni che, quotidianamente, tentano di conquistare, a scapito dell'avversario, porzioni sempre più consistenti di "verità" nelle sfere pubbliche coinvolte, è parsa voler assumere, alle volte, un'ingerenza via via più invadente, sia nei confronti dell'agenda politica, che nella progressione temporale stessa degli avvenimenti reali. È come se, in qualche modo, la sfera narrativa del conflitto volesse – e molto spesso riuscisse – a piegare la realtà e a condurre, quasi fatalisticamente, tutte le parti in causa verso l'inevitabilità di uno scontro reale. D'altra parte, tale processo, nel quale lo storytelling tende quasi alla *singularità ontologica* nei confronti del reale, si iscrive perfettamente nella logica della guerra ibrida, ovvero di un conflitto nel quale il rapporto gerarchico tra la dimensione informativa e quella più strettamente militare sul campo viene completamente sovvertito. In effetti, se è ancora vero l'assunto che la guerra sia «la continuazione della politica con altri mezzi»<sup>2</sup>, è altrettanto vero uno dei mantra fondativi più di successo dello *zeitgeist* militare dei nostri tempi, quello che si propone come obiettivo "winning the hearts and the minds" degli avversari, prima ancora di conquistarne i corpi. Uno *zeitgeist* che, tuttavia – come sottolineava Chris Ables Gray già nel 1997 – lascia, però, sempre sul terreno inevitabilmente anche il sangue e la carne delle vittime, considerate collaterali alla narrazione predominante, nell'illusione di dominare un dio della guerra meno virtuale di quanto vorremmo sperare.

Tuttavia, proprio perché fatta della stessa sostanza dei racconti, è la narrazione mediatica a dettare tempi, luoghi e modalità dello scontro. In particolare, ad esempio, è macroscopicamente evidente come in questa crisi siano state l'ansia della previsione e la corsa all'anticipazione del conflitto le vere protagoniste del confronto tra i blocchi contrapposti, soprattutto da parte occidentale. Prima ancora che l'effettivo intervento armato russo avesse effettivamente luogo il 24 febbraio, infatti, al centro della scena, vi è sempre stata la combinazione tra le dichiarazioni dei rappresentanti politici, dell'intelligence e dei narratori dei grandi media outlet internazionali sul "possibile", "probabile", "certo", "già in atto" e, infine, "già attuato" piano di attacco all'Europa da parte di Mosca. L'invasione russa dell'Ucraina era già *narrativamente* iniziata da tempo, prima ancora che si materializzasse sul portale di Bloomberg<sup>3</sup> sotto forma di un refuso con ben 20 giorni di anticipo rispetto alla realtà, una *fake-breaking-news* immediatamente cancellata e stigmatizzata, non prima, tuttavia, che fosse disseminata in tutto lo spazio mediatico globale. Prima ancora che essa avvenisse nella realtà, la guerra di aggressione russa nei confronti di Kiev ha assunto uno statuto ontologico di *verità*, al di là del fatto che essa potesse prima o poi accadere o meno sul terreno reale. Anzi, ai fini delle decisioni e delle conseguenze politiche, che essa si realizzasse o meno, nella narrazione mediatica a un certo punto è apparso essere del tutto ininfluenza. La previsione ha assunto i caratteri della certezza sì da incidere, non solo sulle testate dei news magazine, ma anche sulle concrete azioni politiche di ritorsione. Dalla "guerra preventiva" di George W. Bush si è giunti, dunque, alla "narrazione preventiva". È, d'altra parte, anche questa la logica strategica di una guerra ibrida. Tale meccanismo

---

2 Von Clausewitz, Carl, *Della guerra*, I, BUR Editore, p. 24.

3 <https://www.aa.com.tr/en/world/-russia-invades-ukraine-bloomberg-apologizes-for-reporting-blunder/2494783>

di anticipazione del racconto nei confronti della realtà si è talmente tanto imposto nella dimensione narrativa del conflitto che, soprattutto dopo la fine della prima fase dell'intervento armato russo in aprile e il concomitante ritiro delle proprie truppe dalla regione di Kiev, le rassegne stampa quotidiane di entrambi i fronti non sono sembrate più tanto raccontare ciò che *era accaduto* o ciò che *stava accadendo*, bensì ciò che *stava per accadere*. Come altro interpretare, altrimenti, le continue notizie, quasi sempre fornite dai rispettivi servizi di informazione, sulle possibili, quando non imminenti, provocazioni – le cosiddette *false flag* – messe in atto dai rispettivi contingenti? Un meccanismo che pare tradurre in prassi giornalistica l'ansia di anticipazione del rischio propria della contemporaneità, descritta da Beck (1986).

### Siamo tutti coinvolti e on the air

Nel 2015, Richard Grusin, autore con Bolter del classico degli studi sui media emergenti, "Remediation" del 2003, pubblica un breve saggio dal titolo "Mediashock", scritto sulla scorta delle proprie riflessioni sul processo di *pre-mediazione* dei media contemporanei digitali interconnessi, maturate durante i dieci anni di ricerche seguiti all'attentato alle Torri Gemelle (Grusin, 2010). Mediante il meccanismo di "anticipazione" degli eventi traumatici, emergenze come le catastrofi naturali, i disastri ambientali o, appunto, i conflitti armati, assumono, nel nuovo mondo globalizzato dai media, un nuovo statuto ontologico, all'intersezione tra la loro dimensione reale e quella mediatica. In particolare, a proposito dello shock mediatico, Grusin scrive:

"Nei contesti geopolitici globali del ventunesimo secolo, gli eventi catastrofici non solo sono rimediati e pre-mediati dalla stampa, dalla televisione e dai social media interconnessi, ma sono anche costruiti o fabbricati dai media in un altro modo più radicale. Gli stessi conglomerati multinazionali che possiedono i media o le reti, invariabilmente fabbricano o producono anche i propri prodotti e i beni di consumo, oppure forniscono i servizi che causano o che sono coinvolti negli eventi stessi coperti dai media e che costituiscono poi i disastri o le situazioni di emergenza alla base del fenomeno del mediashock." (p. 38).

In effetti, più ancora che nelle precedenti crisi, forse ancor più che in quella irachena del 2003, la dimensione mediatica dello scontro di narrazioni, protagonista dell'attuale conflitto tra NATO e Russia, sembra molto spesso anticipare e pre-vedere quella reale, oltrepassando a volte i limiti che sarebbero imposti dalla logica o dal buon senso. Come altro interpretare, altrimenti, se non come una zelante manifestazione della pre-mediazione di Grusin, il countdown dei media, con tanto di diretta, avvenuto durante la notte del 16 febbraio alle 2 del mattino ora italiana, orario indicato dall'intelligence americana come quello in cui sarebbe iniziata l'invasione russa dell'Ucraina? Oppure, le varie dichiarazioni da entrambe le parti, riecheggiate quotidianamente da tutti i media globali, in cui la profezia autoavverante di un imminente attacco con armi chimiche o di un disastro nucleare assume il valore della più assoluta certezza, al di là, tuttavia, dell'onere della presentazione di qualsivoglia prova? D'altra parte, se la guerra di informazioni è guerra di narrazioni, al racconto è superfluo richiedere la pedissequa aderenza ai fatti, bensì esso deve semplicemente rispettare le regole della verosimiglianza, essere, in altre parole, *potenzialmente* e non fattivamente vero. Il racconto di guerra non è "vero" o "falso" in base all'interpretazione razionale di un avvenimento, bensì in base all'aderenza emozionale del destinatario nei confronti del discorso ideologico che informa di sé la storia narrata. La verosimiglianza di una narrazione propagandistica – in realtà di ogni narrazione – è questione, dunque, estetica, non logica.

Da un punto di vista strategico, quindi, la scelta temporale di sferrare un'eccezionale offensiva ibrida da parte della NATO proprio durante le Olimpiadi invernali di Pechino si è rivelata, almeno in un primo momento, vincente, a colpi di veementi dichiarazioni ufficiali, presunti *leaks* da parte dei servizi di intelligence, missioni diplomatiche, reportage giornalistici, iperattività social, schieramenti di truppe, operazioni speciali, accordi economici e militari. Essa ha ottenuto innegabilmente un duplice obiettivo: da una parte quello di distrarre il pubblico occidentale dal gigantesco *media event* cinese; dall'altra quello di anticipare i vertici militari e politici russi, stabilendo per primi un *imprinting* sulla narrazione della crisi internazionale.

Prima del 24 febbraio, infatti, data di inizio delle ostilità, la risolutezza e l'escalation retorica, a volte apparsa quasi ai limiti dell'irresponsabilità, da parte del Governo statunitense, dei suoi alleati e dei propri media outlet più influenti ha, in effetti, ottenuto il risultato di far ottenere un vantaggio strategico alla NATO sul campo di battaglia simbolico posto tra i due blocchi, oltre ad agevolare un maggiore dispiegamento preventivo di forze occidentali ai confini con la Russia sul campo di battaglia reale. La continua chiamata ad allarmi quotidiani; le minacce di ritorsioni e di blocchi economici; le indiscrezioni non confermate su ipotetiche operazioni di intelligence smascherate, le cosiddette "false flag"; l'esasperazione verbale, prevalentemente dimostrata da parte del Presidente Biden e del Segretario generale della Nato Stoltenberg; l'uso reiterato di termini chiave che cristallizzavano definitivamente ruoli e funzioni nello schema narrativo, come "invasione", "150.000 truppe ammassate", aggressione all'Europa", "Putin assassino"; e, soprattutto, l'impostazione di un plot chiaro e di successo che sarebbe stato di lì a poco confermato dalla realtà fattuale e che ha saputo sin da subito innestarsi su narrazioni profonde, divenendo quasi un luogo comune imprescindibile nell'immaginario collettivo, ovvero quello dell'imminente "invasione russa dell'Ucraina", solo per fare degli esempi, hanno sin da subito conquistato innegabilmente terreno sul campo di battaglia mediatico, dettando gli sviluppi della dimensione strategica del confronto, prima ancora che l'invasione effettiva del territorio ucraino da parte delle forze armate russe avesse luogo nella realtà. In quella stessa prima fase, la narrazione di Mosca, prevalentemente basata su una strategia di *debunking* nei confronti dei media occidentali e sul tentativo di dimostrazione della "falsità" delle loro affermazioni – orchestrata dalle fonti di informazione ufficiali, schierate sin da subito su posizioni difensive – non è riuscita a contrastare l'offensiva occidentale. I canali internazionali, come RT e Sputnik, gestiti dal Governo di Mosca e oscurati *de iure* dalle autorità europee, in effetti non sono riusciti che a limitare le perdite, perché, per una città assediata – o sedicente tale – non c'è niente di più inutile che inviare messaggeri in territorio nemico per annunciare al mondo la giustizia della propria causa e la denuncia di essere parte lesa.

Tuttavia il *first strike* simbolico attuato dal Governo USA, finalizzato a delineare un *frame* narrativo solido e versatile, costringendo, nello stesso tempo, l'avversario a difendersi dall'accusa di un'invasione su larga scala che, in effetti, avrebbe di lì a poco compiuta, non ha tardato a suscitare un altrettanto efficace azione di rappresaglia, rappresentata dai *frame* narrativi dell'*operazione speciale al fine di ottenere la sicurezza della popolazione russa, la denazificazione dell'Ucraina e la protezione della patria minacciata ai propri confini*, delineati dal discorso di Putin del 22 febbraio, in occasione del riconoscimento delle Repubbliche separatiste di Donetsk e Luhansk.

Ognuno dei rispettivi *frame*, sia da parte occidentale che da parte orientale, ha funto così da fondamenta sulle quali edificare le rispettive fortezze simboliche, benché quella occidentale, almeno in un primo momento, sia apparsa più capace di penetrare le difese avversarie. Ciò ha generato, a sua volta, una sottotrama che ha avuto non poca influenza sulle analisi del conflitto in corso, ovvero quella di una presunta impreparazione e inadeguatezza delle forze di intelligence russe. Eppure, non bisogna tralasciare il fatto che l'establishment di Mosca, grazie al possesso di risorse di soft power ingenti, costruite in anni di confronto asimmetrico e di sottile penetrazione delle galassie social occidentali, combatte guerre ibride da anni su più fronti, con diversi mezzi e differenti tecniche,

riuscendo a costruire un'efficace, strutturale e solida coordinazione tra i propri vertici politico-militari, i propri media outlet e i propri narratori che, in passato, hanno dato prova di grande efficienza e adattabilità, come attestato, d'altra parte, da numerosi report (Pikulicka-Wilczewska, Sakwa, 2015; Sazonov, Mölder, Müür, Saumets, 2017). Pur essendo probabilmente per la prima volta, negli anni più recenti, costretti sulla difensiva, i vertici russi hanno sicuramente ottenuto un risultato solido nella salvaguardia del fronte interno, nello stesso tempo, tentando continuamente di intaccare la narrazione strategica predominante in campo occidentale e di riprendere l'iniziativa a livello globale, a maggior ragione ritenendo di avere la verità fattuale dalla propria parte. Perché, se è vero che la Nato ha condotto le proprie truppe ai confini della Russia, utilizzando la narrativa della difesa comune dinanzi al pericolo imminente – poi divenuto reale – nei confronti dell'Ucraina, Paese alleato rappresentato metonimicamente come la porta d'Europa e il simbolo della civiltà occidentale, è pur vero che è essa stessa, tecnicamente, ad avere condotto le proprie truppe e ad avere inviato le proprie armi in territori stranieri, ai confini di una nazione antagonista. Senza contare l'impatto della crisi energetica sul pubblico occidentale, altra arma ibrida in attesa di essere utilizzata in tutto il suo potenziale.

### Dalla strategia alla tattica

In effetti, già in concomitanza del dispiegamento di narrazioni preventive sul piano strategico – fase culminata con l'invasione russa dell'Ucraina del 23 febbraio – la controffensiva mediatica da parte di Mosca non ha tardato a manifestarsi. Essa, tuttavia, non si è espressa prevalentemente sul piano strategico, terreno sul quale l'occidente detiene un'indiscussa superiorità, grazie ai propri asset informativi globali, bensì sul piano tattico. Uno dei suoi principali canali di propagazione è stato – ed è tutt'ora – l'app di messaggistica interpersonale criptata Telegram, utilizzata come vero e proprio servizio broadcast di penetrazione nelle linee nemiche e, non a caso, divenuto campo di battaglia di un guerriglia mediatica tra opposte fazioni.

Oltre ai canali ufficiali, direttamente gestiti dagli organi istituzionali e dai media outlet internazionali, la galassia informativa riguardante direttamente o indirettamente il conflitto ucraino sul social creato da Pavel Durov, può contare su decine e decine di migliaia di canali gestiti da influencer politici, esperti, ricercatori, giornalisti embedded o freelance, gruppi paramilitari o hacker, senza contare la moltitudine di gruppi informali a tema geopolitico o militare dei quali è impossibile stabilire l'identità dei gestori. Le informazioni veicolate sui canali Telegram – spesso frutto prevalentemente di ricondivisione da canali altrui e le cui fonti risultano spesso opache, si caratterizzano per un tale livello di penetrazione, disintermediazione, agilità, immediatezza, affettività, *verosimiglianza* e capacità di replicazione, che nessun grande *news media* potrebbe mai avere. Se, infatti, a livello strategico, il ruolo militare e politico assunto dai grandi canali di propagazione di narrazioni occidentali come il Washington Post o la CNN, per non parlare dei grandi colossi Google, Twitter e Meta, può essere paragonato al ruolo svolto dalle grandi portaerei, dalle fortezze o dalle grandi armate schierate sul campo di battaglia, i canali Telegram filorusi – ai quali si oppongono altrettanto efficaci canali di propaganda ucraini – potrebbero essere paragonati ad agili motosiluranti, piccoli gruppi di combattenti in una guerra di corsa. Su questo terreno, la capacità delle fonti russe di sabotare la grande narrazione occidentale è innegabile, mentre non è confermata l'efficacia della controparte ucraina nel ruolo di interdizione delle narrazioni su suolo russo. Sui canali non ufficiali viene quotidianamente veicolata una mole consistente di materiale, prevalentemente consumata attraverso l'uso degli smartphone. L'affidabilità della narrazione è spesso legata all'adesione volontaria o meno dell'utente nei confronti del discorso ideologico del gestore del canale che, in tal modo, funge da *gatekeeper* politicamente e *militarmente* schierato, ma che, paradossalmente, è ritenuto a volte più *credibile* di una grande multinazionale dell'informazione o di una fonte indipendente, poiché in uno schema contrapposto come quello bellico, la terzietà è ritenuta meno affidabile e più sospetta della palese ostentazione di una divisa, esattamente per la stessa logica che condanna al ruolo di *pària* i franchi

tiratori. Ma non è l'unico motivo di successo dei canali Telegram. Buona parte della sua fortuna si gioca sul meccanismo di fascinazione e di coinvolgimento emotivo dei contenuti – ovvero di *affezione* (Bolter, Grusin, 2003) – propri del linguaggio propagandistico nei media digitali, e la palese adesione partigiana a una delle due fazioni non costituisce motivo di scetticismo, ma, al contrario, funge alle volte da elemento rafforzativo nei confronti del mittente.

La polarizzazione, infatti, è strutturalmente parte costitutiva di ogni dimensione bellica, soprattutto di quella informativa, a maggior ragione in una guerriglia di informazioni, e tende a escludere sistematicamente qualunque tentativo di terzietà da parte di un soggetto, anche istituzionale. Prova ne è la graduale irrilevanza assunta, ben prima dell'attacco russo al territorio ucraino, dei report quotidiani della Missione Osce in Donbass, il cui tentativo di interpolazione, peacekeeping, rilevazione delle violazioni del cessate il fuoco e indagine sui crimini di guerra è stato sin dall'inizio, come attestato dallo stesso ente, quotidianamente ostacolato sia da parte delle truppe governative ucraine, sia da parte delle milizie separatiste, seppure successivamente la stessa missione Osce sia stata utilizzata propagandisticamente da entrambe le fazioni, a conferma o smentita delle proprie rispettive interpretazioni della realtà. Ne è un esempio, il presunto bombardamento avvenuto in pieno giorno di un asilo, perpetrato da ignoti il 16 febbraio 2022 a Stanytsia Luhanska, in territorio controllato dalle truppe di Kiev, evento che avrebbe inaugurato una lunga serie di avvenimenti denunciati, rispettivamente, come delle messinscena mediatiche dal Governo russo e come veri e propri atti di terrorismo da quello ucraino. A seguito del bombardamento a Stanytsia Luhanska, per fortuna senza vittime, e della dichiarazione da parte dei vertici dell'Osce di non essere stati messi in condizione di compiere indagini sul luogo dell'accaduto al fine di accertare la veridicità e le responsabilità dell'azione da parte delle milizie ucraine, la stessa missione è stata accusata dal Governo di Kiev di essere filorussa. Accusa ribaltata due mesi più tardi dal Governo di Mosca, in occasione della pubblicazione in aprile da parte dell'Osce di un report attestante “chiare tracce” di crimini contro l'umanità compiuti dalle truppe russe<sup>4</sup> in Ucraina, a seguito della quale lo stesso organismo sovranazionale è stato accusato di complicità con il Governo ucraino da parte del Governo di Mosca.

Tali denunce e confutazioni contrapposte, oltre che sui propri rispettivi canali mainstream, si riverberano sul social Telegram attraverso una ridondante azione continua di pubblicazioni e debunking trasmessi sui propri canali di riferimento, producendo una mole impressionante di materiale audio, video e testuale di cui è arduo tenere traccia, uno streaming continuo che produce, a sua volta, una progressivamente sempre più densa nebbia di guerra, dalla quale è impossibile districarsi senza il solido filo di Arianna, rappresentato da una delle rispettive narrazioni polarizzate che fungono da codice di decodifica del caos informativo e alle quali, quindi, risulta difficile non affidarsi. A tale processo di quasi necessaria *affezione polarizzata*, nello stesso tempo, si aggiunge, inoltre, la continua opera di interdizione reciproca da parte delle rispettive fazioni, dal momento che ognuna di quelle piccole informazioni contrastate e contrastanti, a sua volta tenta di sabotare i *frame* di riferimento dell'avversario, al fine di minarne l'affidabilità, mediante incursioni improvvise di piccoli gruppi o di solitari guerriglieri, che agiscono allo scopo di scompaginare le trame del nemico, per poi dileguarsi subito dopo: una vera e propria guerriglia informativa nella quale è estremamente facile incappare durante le nostre passeggiate quotidiane nei social o nelle nostre conversazioni.

## Conclusioni

La *verità*, in una guerriglia di informazioni tale, diviene una posta in palio, una questione emozionale e non più razionale, come già chiaro a Churchill, per cui: “In wartime, truth is so precious that it

---

<sup>4</sup><https://edition.cnn.com/2022/04/13/politics/osce-moscow-mechanism-report-ukraine-russia/index.html>

should always be attended by a bodyguard of lies”. In effetti, come recitato nel finale del film *Jarhead*, diretto da Sam Mendes del 2005 sulla guerra in Iraq, “tutte le guerre sono diverse, tutte le guerre sono uguali”. Tale prospettiva di *irrazionalità della verità*, in tempo di guerra, non è solo una caratteristica della guerra contemporanea, bensì propria della *guerra* in quanto scontro violento di narrazioni contrapposte. Non appare quindi, né razionale, né lungimirante, né propriamente aderente ai concetti della logica democratica, contrastare militarmente una guerra di informazioni con gli strumenti di una censura preventiva adottata nei confronti dei contenuti non allineati con la narrazione bellica occidentale, ipotesi avanzata da un numero sempre crescente di analisti, dirigenti politici e grandi multinazionali dell’informazione o del web, nonché al centro del progetto di legislazione del Parlamento Europeo, affidata allo *Special Committee for foreign interference in all democratic processes in the EU, including disinformation (INGE)*, che ha funto da base per il più recente *Digital Services Act* emanato dalla Commissione Europea. Per proporre un esempio, tra le operazioni di disinformazione attribuite ai media russi, denunciate da EUvsDisinfo, progetto facente capo allo StratCom, divisione NATO dedicata proprio al contrasto alla disinformazione, figurano l’accusa nei confronti dei governi occidentali di essere intenzionati a utilizzare armi chimiche o causare incidenti nucleari su suolo ucraino, di voler organizzare falsi attentati terroristici nei territori contesi o inscenare delle finte stragi come nel caso di Bucha. Eppure, nello stesso tempo, tali accuse di *fabbricazione della realtà* sono esattamente le stesse che i servizi di intelligence occidentali, veicolate dai propri Governi e dai propri news media, attribuiscono al Governo russo e che lo stesso Governo russo ritiene disinformazione. La censura di una delle due parti faciliterebbe il compito di critica dell’autorità attribuito al cittadino, proprio di un regime democratico liberale, o non rischierebbe di inibirne del tutto tale capacità?

Resteremo ad attendere i prossimi sviluppi su entrambi i fronti, con la speranza che il conflitto di narrazioni, riflesso di una guerra che provoca quotidianamente ingenti vittime, sfollati, danni materiali e immateriali, nonché una frattura profonda nella memoria, sia di quella storica, che di quella a venire, possa presto venire a conclusione. Nel frattempo, l’Europa resta schiacciata nella contesa. Di tutte le proposte avanzate finora per una soluzione della crisi, nessuna è stata capace di porsi come una possibile via d’uscita dalla polarizzazione dei due blocchi e come alternativa alla presente situazione di stallo che prospetta un estenuante confronto perpetuo sulla linea, rossa sia del sangue dei combattenti che dei civili, che del fuoco delle armi, di una potenziale terza guerra mondiale combattuta prevalentemente sul vecchio continente.

## BIBLIOGRAFIA

Arendt, A., 1948, *The Origin of Totalitarianism*, trad. it., 2004, *Le Origini del Totalitarismo*, Einaudi Ed., Torino

Bernays, L. E., 1928, *Propaganda*; tr. it., 2008, *Propaganda. Della manipolazione dell'opinione pubblica in democrazia*, Fausto Lupetti Editore, Bologna.

Beck U., 1986, *Risikogesellschaft: auf dem Weg in eine andere Moderne*, Suhrkamp, Francoforte; tr. it., 2000, *La società del rischio. Verso una seconda modernità*, Carocci, Roma.

Bolter J. D., Grusin R., 2003, *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Guerini e Associati.

Gray C. H., 1997, *Postmodern War. The New Politics of Conflict*, Routledge.

Grusin, R., 2010, *Premediation: Affect and Mediality After 9/11*, Palgrave Macmillan.

Grusin, R., 2015, *Mediashock*, in Sharma D., Tygstrup F. (a cura di), *Structures of Feelings. Affectivity and the study of culture*, De Gruyter.

Liang Q., Xiangsui W., 2004, *Guerra Senza Limiti. L'Arte della Guerra Asimmetrica fra Terrorismo e Globalizzazione*, Libreria Editrice Goriziana, Gorizia.

McLuhan M., 1964, *Understanding Media*, New American Library, New York; trad. it., 1977, *Gli strumenti del comunicare*, Garzanti, Milano.

Pikulicka-Wilczewska, A. Sakwa R., 2015, *Ukraine and Russia: People, Politics, Propaganda and Perspectives*. E-International Relations Publishing.

Sazonov, V.; Mölder, H.; Müür, K.; Saumets, A., 2017, *Russian Information Operations Against Ukrainian Armed Forces and Ukrainian Countermeasures (2014–2015)*. ENDC Occasional Papers. 6.

Von Clausewitz C., 1991, *Pensieri sulla Guerra*, Sansoni Ed., Firenze.

# Giornalismo e post-verità: effetti del digitale sulla qualità dell'informazione

Nell'era del giornalismo digitale, troppo spazio è stato lasciato ai professionisti della disinformazione. Gli effetti delle tecnologie digitali e dei social network sui processi dell'informazione nella società sono già in atto con molti risvolti problematici. I rischi del caos informativo

Di **Francesca Rizzuto**, Docente di Sociologia del giornalismo dell'Università di Palermo

Nell'ecosistema mediale contemporaneo il tratto distintivo del giornalismo è un processo di "ibridazione sistemica", in cui convergono non solo le recenti **trasformazioni tecnologiche** dei processi di newsmaking, ma anche le nuove modalità di **interazione** con i destinatari, che mettono in discussione alcune questioni fondanti della professione informativa, come **il rapporto tra vero e falso** o **l'autorevolezza** dei giornalisti.

Nel recente convegno internazionale dal titolo "Giornalismo e Disinformazione", svoltosi presso l'Università di Palermo (16 e 17 Dicembre 2021), numerosi studiosi e giornalisti hanno proposto ipotesi interpretative delle connessioni tra la logica del digitale e le criticità contemporanee del giornalismo, anche rispetto ai modelli interpretativi tradizionali, individuando i principali nodi teorici del dibattito sulla narrazione della realtà nel contesto della post-verità.

Pur senza tralasciare le differenti declinazioni nazionali dei news-system, è stato condiviso l'assunto di base che nella platform society (Van Dijck, Poell, de Waal, 2018) nuove logiche di produzione e fruizione delle notizie stanno ridefinendo non solo i news values tradizionali (Splendore 2017) ma anche i concetti stessi di **autorialità e audience**. L'emergere di forme narrative inedite, caratterizzate da una sostanziale opacità tra vero, falso e verosimile (Albright 2017; Maddalena, Gili 2017; Solito, Sorrentino 2019) impone, a nostro avviso, una riflessione riguardo alla qualità delle possibili influenze sui contenuti e sui formati dell'informazione, palesemente declinabili come "sfide" non solo per i professionisti del giornalismo ma anche per gli studiosi di discipline differenti, dalla sociologia del giornalismo, alla teoria politica o al diritto.

La pervasività dei social media nella ricerca delle news nell'esperienza quotidiana dell'onlife (Floridi 2017) e la significatività dei dati nelle pratiche di newsmaking (Antenore, Splendore 2017) hanno aperto nuove possibilità per l'accesso e per la diffusione delle notizie, dando, però, spazio a un mix problematico di contenuti fattuali e totalmente (o parzialmente) falsi o errati, creati con livelli diversi di intenzionalità (disinformation, misinformation, malinformation). Pur non essendo nuovo l'uso di notizie false a fini propagandistici, **l'inquinamento contemporaneo dell'informazione** presenta caratteri peculiari ed inediti: nell'ecosistema digitale, infatti, i newsmedia offrono una pioggia di risorse simboliche, utili per le pratiche di costruzione di senso, e creano ambienti di relazione nei quali i soggetti sono immersi in un regime plurimo, in cui molte "verità" convivono (Lorusso, 2018, 14), spesso senza gerarchie, e nel quale sono evidenti sia gli effetti disinibitori dell'interazione online sia marcate tendenze alla polarizzazione (Sorice 2020).

## Il rischio di caos informativo

In altri termini, l'ampliamento delle possibilità di accedere al reale si traduce, spesso, in un vero e proprio **caos informativo**, dominato dalle strategie di disinformazione (Bracciale, Grisolia 2020) e dai processi di viralizzazione delle fake news con i loro rischiosi "effetti di realtà" (Ireton, Posetti 2018; Edson, Tandoc, Lim, Ling 2018) in grado di inquinare le dinamiche democratiche. Nella prospettiva proposta da Bentivegna e Boccia Artieri (2021) lo stato attuale di disordine informativo può essere letto, infatti, anche come **uno dei fattori più problematici della crisi di legittimità delle istituzioni** e di autorevolezza della comunicazione pubblica: in un contesto in cui le piattaforme sono diventate lo strumento privilegiato per la diffusione di contenuti informativi falsi o addirittura veicoli di campagne di disinformazione costruite e usate come armi politiche, è fondata la preoccupazione sui rischi di manipolazione mediale dei singoli e di "trasformazione tossica del dibattito pubblico che rischierebbe di inquinare la democrazia" (Bentivegna, Boccia Artieri, 2021, 97). La circolazione planetaria di fake news sta contribuendo ad avviare intorno a **pseudo-fatti** un confronto sempre più spesso caratterizzato da **retoriche del consenso** e dall'affermazione di posizioni categoriche a cui aderire "emozionalmente", delineando i contorni di una vera e propria "trappola informativa", nella quale i singoli diventano anche complici involontari di flussi disinformativi dal ritmo incessante (Riva 2018). **Le news verosimili** costituiscono, del resto, un serio e concreto pericolo anche per le dinamiche relazionali tra gli individui (Ciraci 2021) così come per la credibilità del giornalismo: accanto alla **logica dell'emotainment** (Santos, 2009), impegnato in un racconto eccessivamente drammatizzante ed iperbolico della realtà, al fine di attrarre ed emozionare più ampie fasce di audience (Zelizer, 2004), l'alluvione informativa odierna pregiudica la capacità di riconoscere informazioni vere nell'oceano di notizie on line, nel quale non di rado manca un serio controllo professionale sul contenuto. Le piattaforme, inoltre, limitano fortemente le possibilità di azione degli utenti, i quali non solo non decidono la **logica del filtraggio delle informazioni**, ma si rendono anche **attori del contagio emotivo**, condividendo notizie false, che innescano cortocircuiti in un contesto di totale assenza di trasparenza nel processo di ricerca delle news.

## Le trasformazioni innescate da digitale sull'informazione

Comprendere le peculiarità delle trasformazioni che la rivoluzione digitale sta producendo sui confini, sugli attori e sui prodotti dell'informazione è un passo indispensabile perché i modelli teorici tradizionali si rivelano inadeguati per il contesto attuale: ad esempio, la concezione normativa dei newsmidia, intesi come arena e motore della sfera pubblica habermasiana (dal filosofo [Jürgen Habermas](#), ndr), si fondava su una rigida separazione tra vero e falso, tra informazione e intrattenimento, che non esiste più. Più recentemente, nella prospettiva del **citizen journalism**, partecipare dal basso all'informazione era un segnale di maturazione della cittadinanza nei sistemi democratici, ma si fondava sull'assunto che il circuito comunicativo fosse popolato da "attori razionali e benintenzionati, orientati alla ricerca della verità e dell'autenticità" (Bentivegna, Boccia Artieri, op. cit., 116), oggi smentito da alcune dinamiche proprie della rete.

Nell'ambiente informativo contemporaneo, infatti, viene favorita la tendenza alla **supremazia del proprio punto di vista**: in questa ottica, le fake news contribuiscono ad attivare forme di "partecipazione oscura" (Quandt, 2018), che producono interventi malevoli, trolling, campagne di hate speech, a causa dei quali si crea **un clima di tensione**, che delegittima gli attori istituzionali, favorisce lo scontro, disprezza la realtà, anche quella dei fatti scientifici ridotti a opinioni alternative in argomentazioni pubbliche, nelle quali ogni punto di vista può avere spazio e consensi. Questo modello orientato alla legittimità di tutte le opinioni si impone sempre più anche nella **logica editoriale dell'informazione**: trasformando la realtà in una controversia, rispetto alla quale occorre

elaborare scelte di posizionamento nel caos delle verità plurime, il giornalismo tende a dare spazio a tutte le versioni di una storia con il rischio di **“dare visibilità a contro-narrazioni che sono false, ma che comunque competono in un agone, che finisce per essere più narrativo che informativo”** (Bentivegna, Boccia Artieri, op.cit. 118).

## Prima le emozioni, poi i fatti nel panorama contemporaneo delle news

Il panorama contemporaneo delle news vede, allora, la compresenza di tendenze derivanti da processi avviatisi già da qualche decennio (come la spettacolarizzazione delle notizie o la messa in discussione della tradizionale funzione di gatekeeping del giornalista, basata sui criteri di aderenza al reale e imparzialità) (Thussu 2007) e l’affermazione di nuove pratiche informative, coerenti con il contesto culturale della post-verità e legate alla **pervasività dello smartphone** (García-Orosa, López-García, Vázquez-Herrero 2020). Il modo in cui le notizie vengono prodotte e consumate nell’era digitale ha reso più opaco anche il confine tra producer e consumer, con la conseguenza che il linguaggio dell’informazione sta diventando sempre più multicanale, all’interno di una narrativa con testualità iper-frammentate, nelle quali la perfetta aderenza ai fatti, viene relegata in posizione secondaria rispetto alla dimensione emozionale e la verità diventa un ambito di scontro tra diverse visioni del mondo, presentate in narrazioni parcellizzate e incessantemente moltiplicate nelle dinamiche virali.

In tale prospettiva, la logica della post-verità, che riconosce a tutte le ricostruzioni individuali spazio e visibilità, si coniuga perfettamente con il predominio degli **imperativi commerciali nelle news** e con la loro spinta decisa verso eccessi intrattenitivi, emozionanti e spettacolari, che attingono al valore della narrazione tipico dello story model (Rizzuto 2019). Tuttavia, secondo [Kormelink](#) e [Meijer](#) (2015), proprio lo storytelling, che è solitamente ritenuto solo una strategia utile per attrarre audience per la sua potenziale capacità di coinvolgere emotivamente i fruitori, rappresenta un fattore cruciale di criticità per il giornalismo, in quanto mette l’accento sullo iato tra quello che la professione informativa è stata tradizionalmente (cioè racconto di fatti, basato su veridicità e obiettività) e il modo in cui questa logica è oggi minacciata dal coinvolgimento-partecipazione dei nuovi attori-autori dei messaggi informativi, e da pratiche interattive, grazie alle quali la notizia può essere smontata e rimontata per venire approfondita da molteplici punti di vista.

## Il predominio della logica narrativa nel giornalismo digitale

In altri termini, proprio le tendenze alla narrazione estesa e alla multiautorialità, tipiche della transmedialità (McErlean 2018), ripropongono, pur con accenti diversi, la tradizionale tensione del giornalismo moderno tra le sue due esigenze contraddittorie: da un lato, la **necessità di imparzialità** e distacco del reporter, dall’altro la scelta di una **narrazione iperbolica** e incentrata sulle emozioni, intesa come strumento indispensabile sia per vendere copie che, in un’ottica opposta, per suscitare impegno e azione nei destinatari (Rizzuto 2018; Marinov 2020). Anche per Lorusso (2018) il predominio della logica narrativa, è evidente nel giornalismo dell’ecosistema digitale: in un contesto in cui si diffondono grumi concettuali in cui vero e falso convivono, il sistema granulare, tipico dell’informazione in rete, “racconta”, nella forma della plausibilità, del verosimile, verità plurime che diventano oggetto di storytelling (Groot Komerlink, Costera Meijer 2015): il gusto per la narrazione prevale ed ecco che “tutti i testi d’informazione sono intessuti da una logica narrativa: la notizia è sempre meno pensata come documento e sempre più come racconto. Alcune notizie false attecchiscono poiché si basano su un frame di riferimento culturale nel quale ci si riconosce collettivamente. Le narrazioni contemporanee dell’informazione puntano molto sulla proiezione individuale, sull’identificazione e sull’appassionamento “(Lorusso, op.cit., 111-116.)

Il potenziale collasso della funzione di gatekeeping da parte dei news professionals è, quindi, strettamente connesso alla **fluidità contemporanea del confine tra vero e verosimile** (Corner 2017; Riva 2018), a cui è riconducibile una nuova declinazione della compenetrazione tra logiche di intrattenimento e di partecipazione, che dando maggiore rilevanza alla componente emotiva, contribuisce alla perdita di credibilità degli attori tradizionali della mediazione informativa e della scienza, come fonti autorevoli e affidabili di verità (Quattrocchi, Vicini 2016). Del resto, oltre alle false informazioni, diffuse involontariamente o intenzionalmente, l'infosfera è condizionata anche da vere e proprie **lacune informative e da serbatoi di credenze**: proprio in questi ultimi mesi, l'emergenza pandemica sta palesemente dimostrando come **la divergenza tra diversi punti di vista può essere manipolata** a favore di false costruzioni di realtà, nelle quali si fanno prevalere verità condizionate da interessi di parte. Al riguardo, anche Ciraci (2021) rileva che esiste il rischio concreto che certe informazioni vengano bloccate per difendere business e profitti: "l'ignoranza non è solo il vuoto che precede la conoscenza o la privazione che risulta da un'attenzione parziale. È anche – anzi e soprattutto – qualcosa che può essere costruito, realizzato socialmente costruito e attivo: ne sono un esempio la **confusione** prodotta quando interessi particolari bloccano l'accesso alle informazioni o addirittura creano disinformazione su di un tema di rilievo pubblico o globale" (Ciraci 2021, 59).

## Il business delle fake news

Le fake news, quindi, possono essere ideologiche ma spesso diventano **grandi macchine per accumulare denaro o consensi**, in quanto, seguendo la logica di monetizzazione dell'attenzione, le piattaforme privilegiano i contenuti che fanno lievitare like e commenti. Nel 2021, coinvolgendo Facebook, le inchieste giornalistiche del Wall Street Journal hanno fornito un esempio eclatante dell'influenza che gli interessi economici hanno nella gestione, privata e aziendale, dei contenuti e delle interazioni delle piattaforme: una ex dirigente dell'azienda, Frances Haugen, in una intervista al programma 60 Minutes della CBS, ha denunciato alcune clamorose e gravi distorsioni nella gestione del colosso americano. Dalle sue rivelazioni è nata The Facebook Files, un'importante inchiesta del Wall Street Journal, basata quasi esclusivamente su documenti interni dell'azienda, trafugati e divulgati dalla stessa Haugen, che hanno denunciato la consapevolezza da parte della società degli effetti negativi di Instagram sugli adolescenti, la presenza di un algoritmo che premia i contenuti più divisivi così come l'esistenza di regole di moderazione meno severe per i vip, grazie ad un programma d'immunità (**XCheck**), che in passato ha lasciato impuniti i comportamenti discutibili di diverse celebrità.

## Conclusioni

L'ascesa delle tecnologie digitali e dei social network così come i loro effetti sui processi dell'informazione nella società contemporanea non sono più una prospettiva riguardante il futuro del giornalismo: i fenomeni sono già in atto con tutti i risvolti problematici connessi agli entusiasmi tecnologici e alla diffusa assenza di regole nel far west della rete.

**Troppo spazio è stato lasciato ai professionisti della disinformazione**, agli haters, ai businessmen attenti solo ai loro profitti. Tuttavia, il dibattito scientifico lascia intravedere la possibilità di produrre un'informazione di qualità, che sia in grado di soddisfare i più elevati standard etici, intercettando i cambiamenti delle tecnologie e del mercato per intersecarli con i valori professionali.

Riteniamo, in altri termini, che l'allargamento del campo giornalistico possa essere vissuto non solo come pericolo ma anche come aumento delle possibilità rappresentative della realtà: più pubblico, più formati ma anche più fatti e più interpretazioni, vale a dire maggiore capacità di decentrare lo sguardo.

## Bibliografia

Albright J. (2017), "Welcome to the era of fake news", *Media and Communication*, 5.2, 87-89.

Antenore M., Splendore S. (eds.) (2017), *Data Journalism. Guida essenziale alle notizie fatte con i numeri*, Mondadori, Milano.

Bentivegna S., Boccia Artieri G. (2021), *Voci della democrazia. Il future del dibattito pubblico*, Il Mulino, Bologna.

Bracciale R., Grisolia F. (2020), "Information disorder: acceleratori tecnologici e dinamiche sociali", *Federalismi.it*, <https://www.federalismi.it/nv14/articolo-documento.cfm?Artid=42112>.

Chadwick A. (2013), *The hybrid media system. Politics and power*, Oxford University Press, Oxford-New York.

Ciraci F. (2021), "Fake news, così scienza e informazione interpersonale perdono credibilità", *Quaderni di agenda digitale*, 8, 55-65.

Corner J. (2017), "Fake news, post-truth and media-political change", *Media, Culture & Society*, 39 (7), 1100-1107.

Edson C., Tandoc Jr., Lim Z.W, Ling R. (2018), "Defining Fake news", *Digital Journalism*, 2, 137-153.

García-Orosa B., López-García X., Vázquez-Herrero J., (2020), "Journalism in Digital Native Media: Beyond Technological Determinism", *Media and Communication*, 8.2, 5-15.

[Groot Kormelink](#) T., [Costera Meijer](#) I. (2015), Truthful or Engaging? Surpassing the dilemma of reality versus storytelling in journalism in *Digital Journalism*, 3. 2, 158-174.

Floridi L., (2017), *La quarta rivoluzione. Come l'infosfera sta trasformando il mondo*. Editore Cortina Raffaello, Milano.

Ireton C., Posetti J. (eds) (2018), *Journalism, 'Fake News' & Disinformation*, UNESCO.

Lorusso A. M. (2018), *Postverità. Fra reality tv, social media e storytelling*. Laterza, Roma-Bari.

Maddalena, G., Gili, G., (2017), *Chi ha paura della post-verità?*, Marietti, Bologna.

[Marinov](#) R. (2020), "Mapping the infotainment literature: current trajectories and suggestions for future research", *The Communication Review*, 23, 1-28.

McErlean K. (2018), *Interactive Narratives and Transmedia storytelling*, Routledge, New York.

Quandt T., (2018), "Dark participation", *Media and Communication*, 6.4, 36-48.

Quattrocioni W., Vicini A. (2016), *Misinformation. Guida alla società dell'informazione e della credulità*, Franco Angeli, Milano.

Riva G. (2018), *Fake news*, il Mulino, Bologna.

Rizzuto F. (2018), *La società dell'orrore. Terrorismo e comunicazione nell'era del giornalismo emotivo*, Pisa University Press.

Rizzuto F. (2019), *Reality versus Emotions in Italian Journalism*, in «SOFT POWER, Revista Euroamericana de teoría, historia de la política y del derecho», vol. 6, pp. 229-245.

Santos, J. (2009), *Daring to feel. Violence, the Newsmedia and their Emotions*, Lexington Books, Lanham.

Solito L., Sorrentino C. (2019), *Prima e dopo la postverità*, «Quaderni di teoria sociale», 16, 225-249.

Sorice M. (2020), *Sociologia dei mass media*, Carocci, Roma.

Splendore S. (2017), *Il giornalismo ibrido. Come cambia la cultura giornalistica in Italia*, Carocci, Roma.

Thussu D.K. (2007), *News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment*, Sage, New York.

Van Dijck J., Poell T., de Waal M. (2018), *The Platform Society: Public Values in a Connective World*, Oxford University Press, Oxford.

Zelizer B. (2004), *Taking journalism seriously*, Sage, New York.

Zelizer B.(ed.) (2009), *The Changing Faces of Journalism*, Routledge, New York.

## Decisioni prese dall'intelligenza artificiale, cosa rischiamo? Le sfide sul tavolo Ue

Rendere la macchina misurabile e human compatible in ogni suo passo e individuare dei bordi oltre i quali impedirle di andare è la sfida che l'intelligenza artificiale pone oggi all'uomo. È un'opzione difficile, ma è una grandissima opportunità per superare i limiti di razionalità e di arbitrio delle decisioni umane

Di **Giuseppe D'Acquisto**, Funzionario del Garante per la protezione dei dati personali, Titolare dell'insegnamento di intelligenza artificiale presso il Dipartimento di Giurisprudenza dell'Università LUISS Guido Carli

Quali caratteristiche devono avere le **decisioni che un sistema di intelligenza artificiale potrà assumere** senza l'intervento dell'uomo? E come stabilirle? La capacità dell'Europa di produrre norme efficaci e universalmente accettabili nell'ampia area di applicazioni che raggruppiamo sotto il nome di intelligenza artificiale si gioca un filo molto sottile, che dovrebbe portarci a ripensare ai concetti di trasparenza e causalità e a puntare tutto sulla misurabilità.

Quello che si va delineando è uno scontro tra due opposte visioni del mondo. Ma trovare un equilibrio è un imperativo non derogabile.

### Intelligenza artificiale, la Ue nel ruolo di regolatore tecnologico mondiale

Come è noto, la Commissione Europea lo scorso 21 aprile ha pubblicato il testo della proposta dell'Artificial Intelligence Act<sup>[1]</sup>. Da allora il dibattito sul tema è stato molto attivo e ha coinvolto varie istituzioni europee che hanno espresso il loro punto di vista con la pubblicazione di pareri formali, ciascuna soffermandosi sugli aspetti di propria competenza<sup>[2]</sup>.

Oggi il testo è in discussione al **Parlamento Europeo**, presso il Committee on Internal Market and Consumer Protection (IMCO) che ha nominato come relatore il deputato italiano **Brando Benifei**, e anche al **Consiglio dell'Unione Europea**, che ha coinvolto il proprio Working Party on Telecommunications and Information Society in una serie di incontri tecnici che si sono svolti tra aprile e la fine di novembre.

Ne dà conto, con la consueta tempestività, il sito statewatch.org che pubblica il primo di una prevedibile successione di testi di compromesso<sup>[3]</sup> che ci condurranno alla **versione definitiva** di questa importante norma, l'unica al momento su scala planetaria, che prova a inquadrare l'intelligenza artificiale all'interno di un **corpus di regole**, con l'assunto che solo in presenza di regole globali le tecnologie trovano le condizioni più idonee per uno sviluppo, come è sempre stato nella storia delle tecnologie, e di regole fondate sui valori europei, in particolare per ciò che attiene al rispetto dei diritti fondamentali e della persona. Non sarebbe la prima volta che l'Europa prova a

svolgere questo ruolo di regolatore tecnologico mondiale, che nel recente passato ha saputo incarnare anche con successo, avviando processi di normazione che hanno oltrepassato la dimensione continentale finendo per imporsi, in ragione della loro efficacia, come regole tecnologiche universali. Si pensi alla diffusione della telefonia radiomobile, che è una *success story* europea, e in particolare italiana, degli anni '80 e '90 del secolo scorso. C'è dunque da credere, come europei e come italiani, in questo sforzo.

## L'IA e lo scontro tra diverse visioni del mondo

Leggendo questo primo testo di compromesso, i temi “politici” attorno ai quali attualmente ruota il dibattito riguardano l'impiego dell'intelligenza artificiale per finalità di interesse collettivo, prima fra tutte la sicurezza pubblica. Qui si confrontano due “visioni del mondo”. Da una parte chi, non senza fondamento, ritiene che **i dati e la capacità computazionale delle macchine possano condurci verso una società con minori rischi**, in cui gran parte delle situazioni pericolose o dannose per l'uomo possono essere previste ed evitate. E dunque immagina una società in cui grazie alla conoscenza dei dati e alla capacità di calcolo dell'intelligenza artificiale si possa individuare la malattia prima che insorga, l'incidente stradale prima che si verifichi, l'atto terroristico prima che si manifesti e così via, in modo da intervenire tempestivamente e risolutivamente sui fattori del rischio.

Dall'altra chi, con non minore fondamento, ammonisce come questa prospettiva di una **riskless society** sia un obiettivo pieno di ostacoli e che a imboccare questo cammino dall'incerto esito, l'unico risultato che si ottiene invece con certezza è **l'indebolimento di alcuni valori fondanti** sui cui si reggono le nostre società. A renderci tutti misurabili nei nostri tratti biometrici e costantemente identificabili in cambio di maggiore sicurezza si perde ogni presunzione di innocenza, finendo per far prevalere “per impostazione predefinita” la sfiducia reciproca nelle relazioni interpersonali salvo prova contraria, e si perde anche ogni presunzione di anonimato, rendendo ciascuno di noi un bersaglio mobile ben localizzato per una qualunque azione mirata, dalle più fastidiose di natura commerciale fino alle più indesiderate e violente, e inducendo un immanente senso di sorveglianza tecnologica. E poco conta che ad avere accesso a questi dati siano pochissime, fidatissime persone e soltanto per compiti istituzionali. Ciò che sarebbe compromesso è il principio, al venir meno del quale la tenuta della tutela sarebbe rimessa di fatto alla sola correttezza di un comportamento umano (quella del soggetto preposto all'accesso ai dati). E il corretto comportamento del singolo non sempre può considerarsi come presupposto di un principio generale. La prospettiva di una *riskless society*, insomma, non è senza rischi e può generare **infiniti effetti indesiderati** e fenomeni di selezione avversa assolutamente imprevedibili. Se non si calibrano bene in questa fase le scelte sull'impiego dell'intelligenza artificiale per scopi di interesse generale, ogni intervento normativo successivo di compensazione potrebbe essere tardivo. Le autorità di protezione dei dati personali hanno espresso con chiarezza queste preoccupazioni nel loro parere del mese di giugno.

Sono le nostre società pronte, o disponibili, a questa inversione di valori indotta dalle tecnologie? Si discute nelle riunioni del Consiglio e del Parlamento Europeo di questioni apparentemente tecniche (se, ad esempio, si debbano includere nelle proibizioni per l'impiego di sistemi di **social scoring** anche i soggetti privati, o cosa sia un sistema per il riconoscimento di **deep fake**, o il ruolo di soggetti privati fornitori di tecnologie nelle attività di law enforcement), ma i veri oggetti del contendere, a cui il parere congiunto dell'EDPB e dell'EDPS richiama, sono questi temi nello sfondo. Il dibattito è appena cominciato e merita di essere seguito con estremo interesse. Siamo ancora molto lontani dalla composizione delle forze che queste “visioni del mondo” esprimono e

non è al momento possibile prevedere quale sarà **il punto di equilibrio** verso cui ci si atterrerà per impieghi dell'intelligenza artificiale nell'interesse generale.

## Ruoli e definizioni: i punti fermi dell'IA made in Europe

Più stabili, al momento, appaiono invece le parti del testo legate alle definizioni e ai ruoli, che hanno subito interventi minori rispetto alla formulazione iniziale.

L'**art. 3** infatti continua ad attribuire all'intelligenza artificiale lo scopo di effettuare inferenze (si tenga a mente il termine) sulla base di dati e modelli e attraverso interazioni con l'ambiente circostante. Ciò che chiederemo all'intelligenza artificiale, qualsiasi sia la "visione del mondo" che faremo nostra, è dunque di decidere, in nostra vece, attraverso inferenze su una quantità crescente di questioni. Le ragioni di questa **delega decisionale alla macchina** da parte dell'uomo sono molteplici e forse ineluttabili: l'uomo deve infatti arrestarsi di fronte al volume di dati che viene generato costantemente, ben oltre le proprie capacità di memorizzazione e di computazione, e per estrarre una conoscenza da questi dati serve l'ausilio della macchina. Un ausilio che, sebbene la Commissione abbia progressivamente sfumato questo aspetto, che invece era stato messo molto bene a fuoco nella prima Comunicazione del 2018 *Artificial intelligence for Europe*<sup>[4]</sup>, dovrà essere, proprio a causa dei volumi dei dati e della varietà e velocità delle decisioni, sempre più **autonomo dall'intervento dell'uomo** perché produca risultati efficaci e inferenze corrette. L'aspetto quantitativo è essenziale per comprendere la scala e l'ineluttabilità di questa autonomia decisionale. A livello di informazione prodotta<sup>[5]</sup>, siamo già nell'ordine degli zettabyte ( $10^{21}$  byte) di dati su base annua ovvero, a livello pro-capite e immaginando che questa informazione sia uniformemente distribuita su ogni abitante del pianeta, qualche decina di GB al giorno. Su un piano infrastrutturale, con la versione 6 del protocollo IP (IPv6) sarà teoricamente possibile **indirizzare e mettere in collegamento ogni cosa con ogni altra cosa esistente sulla faccia della Terra**. Per intenderci (ma è un'immagine molto al di sotto delle potenzialità della tecnologia), è come se ogni oggetto che ci circonda, e ogni parte minuta di cui è composto, potesse essere dotato di un sensore per comunicare il proprio stato di funzionamento, o se ogni singola foglia di ogni albero piantato sulla terra potesse fare lo stesso per dirci se è stata irrorata meglio o peggio della foglia a fianco.

## Verso nuove forme di responsabilità

Siamo ben oltre la capacità dell'uomo di governare "manualmente" questi flussi di dati, che dovranno essere in larga parte automatizzati, e si apre la prospettiva molto concreta di un allargamento dello spettro delle decisioni che si potranno assumere. Oggi la decisione e il giudizio dell'uomo si applicano a un numero molto esiguo di fenomeni. L'intervento della macchina aumenterà enormemente il numero di situazioni in cui si potrà prendere una decisione o esprimere un giudizio. Per stare agli stessi semplici esempi degli oggetti e delle piante prima richiamati, si potrà decidere se quella singola vite di quel determinato componente sia stata ben serrata, o se la singola pianta di un campo abbia ricevuto la giusta quantità di acqua. E da questo allargamento dello spettro discenderanno, come è facilmente intuibile, nuove forme di responsabilità. Con l'incremento dei dati e con l'intervento delle macchine nel processo decisionale non abbiamo soltanto un aumento del fattore di scala. L'intelligenza artificiale non è una lente di ingrandimento che ingigantisce i fenomeni dell'oggi, o che ne aumenta la quantità, lasciandoli invariati nelle loro dinamiche. La tecnologia altera i principi e ci chiede un sostanziale cambio di passo nella regolazione.

## Decisioni prese dall'AI: i rischi da evitare

È opportuno allora riflettere sulle caratteristiche delle **decisioni che un sistema di intelligenza artificiale potrà assumere** senza l'intervento dell'uomo, dal momento che come hanno sostenuto l'EDPB e l'EDPS in modo assai lungimirante nel loro parere su questo Regolamento, così come reso nella traduzione in italiano:

“L'intelligenza artificiale amplierà la quantità di previsioni che si possono fare in molti ambiti – a cominciare dalle correlazioni quantificabili tra i dati, che sono invisibili all'occhio umano ma ben visibili alle macchine – semplificandoci la vita e risolvendo un gran numero di problemi; allo stesso tempo, però, verrà ridotta la nostra capacità di dare un'interpretazione causale dei risultati, al punto di mettere seriamente in discussione i concetti di trasparenza, controllo umano, rendicontabilità e responsabilità dei risultati”.

Qui, nel cogliere questa differenza, si gioca la capacità dell'Europa di produrre norme efficaci e universalmente accettabili in questa ampia area di applicazioni che raggruppiamo sotto il nome di intelligenza artificiale.

L'**impianto regolatorio** che nel testo del Regolamento si sta immaginando per questo nuovo contesto tecnologico è di tipo **risk-based**. È stata effettuata una **classificazione** delle applicazioni per livello di rischio e per ciascun livello sono individuati degli obblighi, prevalentemente di conformità e di trasparenza, in capo ai produttori di tecnologie e agli utilizzatori. Ma forse non basta, e già in queste prime fasi del dibattito vengono riportate **voci dissonanti** che giudicano questi obblighi vaghi e onerosi su un piano amministrativo<sup>[6]</sup>.

## Ripensare ai concetti di causalità e trasparenza

L'EDPB e l'EDPS suggeriscono di ripensare ai concetti di causalità e trasparenza, e forse da lì bisogna partire per non derubricare queste nuove norme a meri adempimenti formali. Le decisioni automatizzate (e non potrebbe essere diversamente in presenza della mole di dati e di interconnessioni prima richiamata) sono interamente basate sulla scoperta di correlazioni.

L'esistenza di una **correlazione** è un ottimo indicatore della presenza di un legame tra grandezze misurate, ma non è la spiegazione di un fenomeno. A fondare le decisioni sull'osservazione di una correlazione, anche molto forte, certamente si aumenta lo spettro delle buone decisioni che possono essere assunte, anche in settori molto importanti e di beneficio per l'uomo, dalla cura di patologie alla sintesi di nuovi materiali. Se per correlazione tra dati scopriamo che un milione di volte quel farmaco è efficace nel curare quella malattia, e se, sempre per correlazione tra dati, per un milione di volte quel materiale dimostra di poter resistere alla simulazione di uno stress test abbiamo senz'altro fatto un passo avanti nella nostra conoscenza. Ma si possono **commettere errori** anche molto gravi. Dopotutto, la sola osservazione di una correlazione ci può portare ad affermare che è il canto del gallo a determinare il sorgere del sole. E si tratterebbe di una correlazione certa di due fenomeni da sempre osservati in coppia. L'inferenza per correlazione è sicuramente necessaria ma non sempre è sufficiente a fondare una decisione. Oggi la frontiera delle ricerche sul *machine learning* studia la possibilità di **formalizzare matematicamente la sussistenza di un legame causale tra grandezze**. È un settore estremamente promettente<sup>[7]</sup> e si fonda su almeno venti anni ormai di risultati ampiamente comprovati<sup>[8]</sup>. Seguendo la linea di ragionamento tracciata dal parere dell'EDPB-EDPS, e mantenendo la classificazione dei rischi del testo del Regolamento, una forma di tutela “integrata nel trattamento”, per mutuare una terminologia che ricorre nel GDPR, potrebbe essere quella di **sottoporre i risultati di decisioni automatizzate ad alto rischio a stringenti test di causalità**, assai più probatori delle semplici analisi di correlazione.

Anche il concetto di trasparenza cambia profondamente. Questo schema di decisione automatizzata per inferenze, basato su correlazioni non è fondato sull'applicazione di una teoria causale, come avviene per le decisioni dell'uomo, ma soltanto sulla presenza di **segnali comuni**, indicatori di una covarianza. L'esistenza di una teoria causale, alla base del metodo scientifico, ci ha consentito di assegnare una "freccia logica", una *consecutio* ai fenomeni e di costruire una **architettura giuridica fatta di responsabilità**: se un risultato fallisce o c'è una responsabilità dell'uomo che non ha seguito la teoria, oppure la teoria deve essere aggiornata. E questo meccanismo ha fatto avanzare la nostra conoscenza scientifica e tecnologica. Difficile spiegare le ragioni di una decisione automatizzata basata su correlazioni, e non perché non vi sia una logica, come maldestramente qualcuno argomenta, ma perché la spiegazione è numerica, ossia perfettamente razionale ma non fondata su categorie concettuali umane.

La riconciliazione tra approccio numerico e categorie concettuali umane

Questa riconciliazione tra approccio numerico e categorie concettuali umane è l'oggetto delle attuali ricerche e, al meglio delle conoscenze disponibili, non appaiono all'orizzonte ricette immediate per una trasparenza sui risultati prodotti da algoritmi di intelligenza artificiale nelle forme tradizionali in cui questa è stata resa in passato. Non è il caso di indulgere ad atteggiamenti semplicistici. Non siamo in presenza di un desiderio di opacità da parte dei "signori degli algoritmi" che occultano i segreti delle loro creazioni. Questa difficoltà, e forse impossibilità, di riconciliazione è strutturale e non la si risolve con un gioco di forza tra "buoni" e "cattivi".

Anche qui l'EDPB e l'EDPS forniscono una linea metodologica, che è bene ascoltare. Probabilmente bisognerà mettersi in una situazione di caso peggiore, in vero assai realistica, e abbandonare l'idea di una informazione completa e preventiva, alla maniera del GDPR per intenderci, perché non è ciò che l'inferenza potrà darci. Ciò non significa avere minori tutele, ma **tutele diverse e persino maggiori**, e sicuramente più adatte al nuovo contesto tecnologico. Un passaggio del parere dell'EDPB-EDPS merita di essere citato a questo proposito:

**"Garantire la trasparenza nei sistemi di IA è un obiettivo molto difficile da conseguire.**

L'approccio interamente quantitativo di molti sistemi di IA al processo decisionale, che è intrinsecamente diverso dall'approccio umano fondato principalmente sul ragionamento teorico e per nessi causali, può confliggere con la necessità di ottenere una previa spiegazione comprensibile dei risultati prodotti dalla macchina. Il regolamento dovrebbe promuovere modalità nuove, più proattive e tempestive per informare gli utenti dei sistemi di IA in merito allo status (decisionale) in cui si trova il sistema in ogni momento, predisponendo allarmi rapidi su risultati potenzialmente nocivi affinché le persone i cui diritti e le cui libertà potrebbero essere compromessi dalle autonome decisioni della macchina siano in grado di reagire o impugnare le decisioni in questione".

Misurabilità è la parola chiave interpretativa dell'intelligenza artificiale

**Misurabilità** è la parola chiave interpretativa dell'intelligenza artificiale. Partendo dal concetto di misura si possono comprendere le potenzialità ma anche i limiti dell'intelligenza artificiale. Tutto in una decisione automatizzata è basato su misure, e ogni passaggio di ogni decisione automatizzata genera misure. Si può misurare la causalità, la trasparenza ma anche la fairness della decisione e intervenire dove è necessario. Se sapremo fare questo salto concettuale, allora la norma sarà più efficace, più di sostanza e meno di forma, come le prime voci critiche sostengono a proposito del testo del Regolamento, e potrà ambire a diventare regola globale.

**Il punto è chi sia misurabile, se noi o la macchina.**

- Renderci misurabili e machine compatible è l'opzione più semplice in vista dell'obiettivo di una riskless society nella quale l'uomo sia sollevato da ogni angoscia grazie alla capacità della macchina di analizzare i dati, ma è forse un obiettivo illusorio e anche una resa rispetto alla nostra capacità di governare i fenomeni tecnologici, oltre a esporci a una quantità imprevedibile di effetti collaterali che potrebbero invalidare gli stessi benefici che la tecnologia ci offre.
- Rendere la macchina misurabile e human compatible (come recita il titolo del bel libro di Stuart Russell<sup>[9]</sup>) in ogni suo passo e individuare dei bordi oltre i quali impedirle di andare è la sfida che l'intelligenza artificiale pone oggi all'uomo. È un'opzione difficile, ma è una grandissima opportunità per superare i limiti di razionalità e di arbitrio delle decisioni umane.

L'auspicio è che queste considerazioni possano trovare spazio nelle nuove fasi del dibattito sul testo del Regolamento all'interno del Consiglio Europeo che si apriranno da gennaio con l'avvicendamento di Presidenza dalla Slovenia alla Francia.+

## Note e bibliografia

1. *Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council laying down harmonised rules on artificial intelligence (artificial intelligence act) and amending certain union legislative acts*, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52021PC0206> ↑
2. Vale la pena di evidenziare il contributo congiunto dell'EDPB-EDPS, *Parere 5/2021 sulla proposta di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio che stabilisce regole armonizzate sull'intelligenza artificiale (legge sull'intelligenza artificiale)*, [https://edpb.europa.eu/our-work-tools/our-documents/edpbedps-joint-opinion/edpb-edps-joint-opinion-52021-proposal\\_it](https://edpb.europa.eu/our-work-tools/our-documents/edpbedps-joint-opinion/edpb-edps-joint-opinion-52021-proposal_it) del BEUC, *Regulating AI to protect the consumer, Position Paper on the AI Act*, [https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2021-088\\_regulating\\_ai\\_to\\_protect\\_the\\_consumer.pdf](https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2021-088_regulating_ai_to_protect_the_consumer.pdf). Lo scorso 3 novembre il Consiglio ha inoltre richiesto un parere alla European Central Bank, mentre l'agenzia ENISA ha istituito già dal 2020 un Ad-Hoc Working Group on Artificial Intelligence Cybersecurity che ha proseguito i suoi lavori per tutto il 2021 [https://www.enisa.europa.eu/topics/iot-and-smart-infrastructures/artificial\\_intelligence/ad-hoc-working-group](https://www.enisa.europa.eu/topics/iot-and-smart-infrastructures/artificial_intelligence/ad-hoc-working-group) ↑
3. <https://www.statewatch.org/news/2021/november/eu-artificial-intelligence-act-council-aims-to-simplify-use-of-mass-biometric-surveillance-by-law-enforcement/> ↑
4. Nella sua *Communication from the Commission to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Artificial Intelligence for Europe*, del 26 aprile 2018 la Commissione era stata più esplicita nel definire i sistemi di intelligenza artificiale come "systems that display intelligent behaviour by analysing their environment and taking actions – with some degree of autonomy – to achieve specific goals" ↑
5. <https://www.statista.com/statistics/871513/worldwide-data-created/> ↑
6. <https://www.statewatch.org/media/2953/eu-council-ai-act-progress-report-13802-21-rev1.pdf> ↑
7. Negli ultimi 10 anni almeno due tra i vincitori del premio Turing (il "premio Nobel dell'informatica") sono stati ricercatori o gruppi di ricerca che si occupano di inferenza e, in

particolare, di inferenza causale: nel 2011 Judea Pearl, per i contributi fondamentali al ragionamento probabilistico e causale e nel 2018 Yoshua Bengio, Geoffrey Hinton e Yann LeCun, per le scoperte concettuali sulle reti neurali profonde. Stiamo dunque parlando dell'oggi dell'intelligenza artificiale. [↑](#)

8. Judea Pearl, *Causality: Models, Reasoning and Inference* (2009), Cambridge University Press. [↑](#)
9. Stuart J. Russell, *Human Compatible: Artificial Intelligence and the Problem of Control* (2019) Viking. [↑](#)



# Giochi e videogiochi fanno bene alla salute?

## Modalità ed esempi

La play therapy è una pratica clinica che aiuta a risolvere problemi psicosociali: come funziona, l'evoluzione nella videogame therapy, il caso Pokemon Go, studi ed esempi

Di **Marco Lazzeri**, Cyberpsicologo e formatore della didattica Innovativa esperto in realtà virtuale e **Francesco Bocci**, Psicologo, Psicoterapeuta ad orientamento Adleriano, esperto in psicologia dei videogiochi

La Play Therapy è una pratica conosciuta ed applicata in molti Paesi tra Nord America, Nord Europa, Corea del Sud e Giappone.

È definita dall'Association for Play Therapy United States (APT) come l'uso sistematico di un modello teorico per stabilire un processo interpersonale dove un professionista della salute mentale utilizza i **poteri terapeutici del gioco** per aiutare i clienti a prevenire o risolvere difficoltà psicosociali.

Riconosciuto dal Consiglio per i diritti umani delle Nazioni Unite come prerogativa di ogni bambino poiché fondamentale per lo sviluppo fisico, emotivo, sociale e cognitivo, il gioco è vitale anche per un sano sviluppo del cervello, fondamentale per la traiettoria dello sviluppo dell'infanzia.

Attraverso il gioco i bambini imparano a interagire con il mondo che li circonda e iniziano a comprendere le relazioni sociali. È un modo per imparare ed esplorare il mondo in un ambiente sicuro mentre si acquisiscono nuove competenze.

### Play Therapy: le modalità di intervento

Nella terapia del gioco vi sono diverse modalità d'intervento (Mochi, C. 2019). Negli **interventi di tipo non direttivo**, il Play Therapist seleziona con attenzione i giocattoli nella stanza dei giochi per aiutare i bambini ad esprimere una varietà di sentimenti e problemi. Sarà poi il bambino a scegliere quali giocattoli utilizzare ed anche il modo con cui intende giocarvi.

Il Play Therapist segue empaticamente l'iniziativa del bambino unendosi a giochi di finzione e immaginazione quando invitato dal bambino e fornisce nei momenti opportuni i limiti per tutelarne l'integrità fisica e favorire l'esercizio e lo sviluppo dell'autocontrollo.

Un'altra forma di Play Therapy è quella **familiare**: in questa tipologia di intervento è l'intera famiglia ad essere coinvolta in giochi e attività ludiche. Una forma particolare di intervento Familiare è la **Filial Therapy** ove i genitori divengono gli agenti principali nel trattamento dei propri figli.

### Play Therapy: i principi terapeutici

I principi terapeutici della Play Therapy sono assimilabili non soltanto ai classici giochi, ma anche ai videogiochi, ai giochi online e ad alcuni mondi virtuali.

Tra questi troviamo:

- **Abreazione:** le persone tramite il gioco o la Realtà Virtuale rivivono determinate [esperienze traumatiche](#), questo permette, in maniera graduale, di avere un maggior controllo su di esse.
- **Catarsi:** il rilascio emotivo è quasi universalmente riconosciuto come un elemento essenziale in ogni forma di psicoterapia. Coinvolge quelle forme emozionali in precedenza interrotte
- **Potere e controllo:** nel gioco si può fare accadere quello che vuole, sentirsi potente e tenere la situazione sotto controllo permettendo di sviluppare un locus of control interno.

## Videogames Therapy: cosa è e a cosa serve

Abreazione, catarsi, potere e controllo sono dinamiche fondamentali che ritroviamo anche nella Videogames Therapy o V.G.T, metodologia riabilitativa ideata da Francesco Bocci, psicologo e psicoterapeuta adleriano.

Questo ambito di intervento sviluppato dal collega è uno strumento usato che permette di intraprendere un **lavoro di contenimento emotivo, clinico e terapeutico, come di tipo supportivo ed espressivo**, ricorrendo al videogioco commerciale.

Proprio come l'attività di "gioco" consente ai bambini di esprimere inconsciamente aspetti del proprio mondo interno ed esterno, anche i videogiochi garantiscono questo risultato amplificandolo, in quanto anche se sono un "gioco" in ogni modo, sono accessibili a utenti di età superiore a quella infantile. Inoltre, **i videogiochi sono diventati un oggetto sempre più esplicito di comunicazione tra i giovani**, le cui immagini sembrano assimilare sempre più elementi tipici del mondo dei videogiochi.

Nel videogioco si attivano molti elementi legati al nostro emisfero sinistro, dove risiede la nostra memoria di lavoro.

Essa attivandosi permette al gamer di vivere **una sorta di "autocontrollo" di sé** che lo porta a sentirsi "valido" e "capace", seppur in un ambiente funzionale come quello del contesto videoludico, e di poter raggiungere un equilibrio tra le "sfide" che il gioco richiede e le proprie competenze e risorse, cognitive ed emotive (soft skills), messe in atto.

Si viene così a creare ciò che Mihaly Csikszentmihalyi chiama **"stato di flow"**, una condizione di benessere che ha un potenziale molto forte rispetto al contenimento emotivo.

**Si riattiva così nel gamer, quel "Sé Creativo"** (concetto coniato nel 1912 da Alfred Adler) che permette di riprendere il controllo della propria attenzione nel momento presente, così come dei propri vissuti proiettivi, che si attivano attraverso il gioco in quel determinato momento.

Capite bene come in questo tipo di setting le dinamiche inconsce legate a traumi passati o a ricordi specifici di vita, costitutivi dello "stile di vita" del soggetto (altro termine coniato da Alfred Adler ai primi del 1900), possano venire alla luce attraverso il "dialogo" tra gamer e caregiver (terapeuta) durante la sessione di gioco stessa.

Sull'utilità positiva dei videogiochi, James McGonigal, game designer e direttore "Ricerca e sviluppo" del settore game dell'Institute for the Future di Palo Alto in California, ha dimostrato, tramite le sue ricerche, come **i videogiochi possono accrescere il benessere e migliorare le relazioni**, influenzando in tal modo sui nostri comportamenti e favorendo le capacità di crescita personale (Bocci, F., Sala, C., 2019).

## Play Therapy: il caso Pokemon Go

Anche se sono diversi e numerosi i videogames che possiamo far rientrare a pieno titolo nella Play Therapy ("Life is Strange", "Unravel 2", "The Last day of June", "Sea of Solitude") vale la pena citare quando parliamo di videogames, il caso di Pokémon Go.

Nonostante la mancanza di principi come l'abreazione o la catarsi, questo videogioco si è dimostrato efficace in altri modi. Dalla sua uscita nel 2016, ha attratto più di 65 milioni di utenti (Serino, M., Cordrey, K., McLaughlin, L., & Milanaik, R.L., 2016)

La popolarità di Pokémon Go può essere compresa nel contesto **della teoria degli usi e della gratificazione** di Jay Blumler ed Elihu Katz. (Ruggiero, T.E., 2000), una delle teorie più citate per comprendere il consumo dei media.

Secondo questa teoria, le persone selezionano determinati media per soddisfare bisogni, come bisogni cognitivi, integrativi sociali, affettivi, di riduzione della tensione (diversione o fuga dalla noia) e bisogni integrativi personali (status sociale o credibilità). Più recentemente, questa teoria incentrata sul pubblico è stata applicata sia ai giochi mobili (Rauschnabel, P.A., Rossmann, A., & Dieck, M. C., 2017) che quelli online (Wu, J., Wang, S., Tsai, S. 2010).

Uno studio recente ha indicato che coloro che avevano un umore negativo prima di giocare a Pokémon Go si sentivano significativamente meglio dopo il gioco (Alloway T.P., [Carpenter, R. 2021](#)). Quindi, se stai cercando un rimedio veloce e salutare, Pokémon Go potrebbe essere un buon inizio, soprattutto ora che tutti possono sperimentare i suoi benefici per il miglioramento dell'umore.

Mentre ci sono prove iniziali che suggeriscono che Pokémon Go può ridurre l'umore negativo, i ricercatori dello stesso studio hanno scoperto che giocare a Pokémon Go **migliora anche alcuni aspetti della [cognizione](#)**, in particolare la [memoria](#) di lavoro, il sistema cognitivo che detiene temporaneamente le informazioni. Ci sono molti componenti della memoria di lavoro, ma nello studio i ricercatori hanno scoperto che la memoria di lavoro verbale, le informazioni relative a lettere e parole, sono migliorate dopo aver giocato a Pokémon Go. Lo studio non ha mostrato un miglioramento in tutti i componenti della memoria di lavoro, ma ha indicato che la funzione della memoria di lavoro verbale è flessibile e aumentata come risultato del gioco.

Quindi, dopo aver giocato per lunghi periodi di tempo, potresti notare un miglioramento nel modo in cui ricordi le informazioni verbali, per non parlare del fatto che potresti anche sentirti più felice di conseguenza.

Originariamente era stato ipotizzato che giocare a Pokémon Go potesse portare a una maggiore empatia, derivante da una maggiore interazione sociale e da una connessione più frequente con estranei (Jungselius, B. et al., 2015), tuttavia ciò non è stato evidenziato dal presente studio. Una possibilità per la mancanza di risposte empatiche in questo gioco potrebbe essere dovuta alla natura fantasiosa dei suoi personaggi lontani dall'aspetto originale in cui i personaggi erano basati su animali (Webster, A. 2016). Il realismo negli ambienti di gioco modera gli effetti che il gioco ha sul

giocatore, sia nell'aggressività che nel comportamento prosociale (Krcmar, M., Farrar, K. M., & McGloin, R. 2011). Pertanto, questa mancanza di realismo potrebbe aver contribuito all'incapacità dei giocatori di adottare le prospettive degli altri giocatori o di dimostrare empatia.

In sintesi, i risultati dello suggeriscono che **Pokémon Go non facilita l'empatia ma può migliorare l'umore**. Questa scoperta ha importanti implicazioni per gli individui che lottano contro l'ansia e la depressione.

L'utilità positiva di Pokémon Go, tuttavia, non si ferma qui. Un altro esempio della sua funzionalità, in quanto tecnologia positiva, ci viene fornito dalla vicenda del **C.S. Mott Children's Hospital – Stati Uniti**.

In questo ospedale pediatrico del Michigan, **Pokémon GO viene utilizzato come terapia**: bambini con una vasta gamma di condizioni mediche differenti (malati di cancro, disturbi dello spettro autistico, iperlessia) hanno l'opportunità di scorrazzare nella struttura alla ricerca dei loro mostriciattoli preferiti.

L'utilizzo di Pokémon Go, sebbene in condizioni alquanto singolari, è volto a migliorare le condizioni dei bambini, che attraverso il videogioco possono muoversi dal proprio letto e socializzare più facilmente. Il movimento, dice un membro del personale, aiuta i bambini dal punto di vista fisico, non lasciando atrofizzare gli arti, mentre il socializzare con gli altri li fa sentire meno soli. (Lazzeri, M. 2017)

### Play Therapy: esempi nella pratica clinica

Sempre riguardo ai videogiochi, a livello internazionale le aziende che investono nel campo dei videogiochi o nei dispositivi hardware a loro connessi in campo sanitario sono molteplici. Facendo una ricerca su [Pubmed Central](#) con una parola chiave come "Wii", per esempio, si nota subito come la stessa compaia in diversi studi che trattano aspetti come la riabilitazione fisica e cognitivo-comportamentale.

Di seguito qualche esempio (Pensieri, C. 2013):

EbaViR- Easy Balance Virtual Rehabilitation

EbaVir (Gil-Gomez, J. A., Lloréns, R., Alcaniz, M., & Colomer, C. 2011) è un sistema basato sulla tecnologia della Wii Balance Board Nintendo.

È stato progettato dai terapisti clinici per **migliorare, attraverso esercizi motivazionali e adattivi, l'equilibrio in piedi e la postura dei pazienti con ABI** (ovvero con lesioni cerebrali acquisite).

Il sistema EbaVIR **non utilizza nessun software commerciale**.

Gli esercizi sono stati programmati con l'ausilio di un programma per la creazione di applicazioni 2D e 3D ed è stato progettato con l'aiuto di specialisti clinici della riabilitazione dell'equilibrio. Il sistema è stato sviluppato con il fine ultimo di ottenere un sistema valido per il recupero dell'equilibrio dei pazienti. Inoltre, esso mirava sia alla realizzazione di un sistema che rafforzasse la motivazione dei pazienti durante il processo riabilitativo e sia alla creazione di un sistema che fornisse ai terapisti dei dati oggettivi sull'evoluzione dei pazienti.

## Wii Sports

Nella popolazione anziana la **depressione subsindromica** è molto diffusa, associata a una notevole sofferenza, disabilità funzionale, maggiore utilizzo di costosi servizi sanitari e una maggiore mortalità.

In uno studio (Rosenberg D, et al. 2010) dove sono stati campionati 22 individui (di età compresa tra 63 a 94 anni) e 19 di essi hanno completato le 12 settimane di studio con il gioco Wii Sports (contenente cinque giochi: tennis, bowling, baseball, golf e pugilato). I partecipanti hanno giocato alla Wii nella loro struttura residenziale o nel loro centro anziani per 35 minuti in tre sedute settimanali. L'indagine pilota di 12 settimane con questi videogiochi ha suggerito un alto tasso di adesione (84%), con un **significativo miglioramento dei sintomi depressivi, del funzionamento cognitivo** e senza grandi eventi avversi.

---

## Bibliografia

- Alloway, T. P., & Carpenter, R. (2021), "Gotta catch 'em all: Exploring the use of Pokémon Go to enhance cognition and affect", *Psychology of Popular Media*, 10(2), 178–186.  
<https://doi.org/10.1037/ppm0000283>
- Bocci, F., Sala, C. (2019), "Il videogioco come strumento creativo e terapeutico in Psicologia Individuale", *Riv. Psicol. Indiv.*, n. 86: 53-65.
- Gil-Gomez, J. A., Lloréns, R., Alcaniz, M., & Colomer, C. (2011), "[Effectiveness of Wii balance board-based system for balance rehabilitation: a pilot randomized clinical trial in patients with acquired brain injury](#)", *Journal of NeuroEngineering and Rehabilitation*, 8, 30.
- Jungselius, B., Weilenmann, A., & Rost, M. (2015), "Pokémon Go and mobile wellbeing: Initial observations on experiences and reported connection", *Data Science for Health*, 19, 52-63.
- Krcmar, M., Farrar, K. M., & McGloin, R. (2011), "The effects of video game realism on attention, retention, and aggressive outcomes", *Computers in Human Behavior*, 27, 432-439.
- Lazzeri, M. (2017), "Beyond the playful: pokemon go among captology, positive technology and emotional intelligence", Retrieved from <https://www.stateofmind.it/2017/02/pokemon-go-emotional-intelligence/>
- Mochi, C., VanFleet R. (2009), "[Roles Play Therapist Play. Post disaster engagement and empowerment of survivors](#)", *Play Therapy Magazine*, Vol.4.
- Pensieri, C. (2013), "Game therapy. L'uso dei mondi virtuali in campo sanitario", UniversItalia: Roma.
- Rauschnabel, P.A, Rossmann, A., & Dieck, M. C. (2017), "An adoption framework for mobile augmented reality games: The case of Pokémon Go", *Computers in Human Behavior*, 76, 276-286.
- Rosenberg D, Depp CA, Vahia IV, Reichstadt J, Palmer BW, Kerr J, Norman G, Jeste DV (2010), "Exergames for subsyndromal depression in older adults: a pilot study of a novel intervention", *Am*

J Geriatr Psychiatry. 18(3):221-6. doi: 10.1097/JGP.0b013e3181c534b5. PMID: 20173423; PMCID: PMC2827817.

Ruggiero, T. E. (2000), "Uses and gratifications theory in the 21st century", *Mass Communication & Society*, 3(1), 3-37.

Serino, M., Cordrey, K., McLaughlin, L., & Milanaik, R.L. (2016), "Pokémon Go and augmented virtual reality games: A cautionary commentary for parents and pediatricians", *Current Opinion in Pediatrics*, 28(5), 673-677.

Webster, A. (2016), "When you're a kid, Pokémon Go is a portal to a magical world", Retrieved from: <https://www.theverge.com/2016/7/12/12159792/pokemon-go-for-kids-parents-magic>.

Wu, J., Wang, S., Tsai, S. (2010), "Falling in Love with Online Games: The Uses and Gratifications Perspective", *Computers in Human Behavior*. 26(6): 1862-1871. doi:10.1016/j.chb.2010.07.033.



## Ragazzi e tecnologia, la scuola è impreparata: che dicono i dati

Durante i recenti lockdown è cresciuto molto il tempo trascorso dai bambini davanti a Pc e smartphone, per attività ludiche e didattiche. Molti genitori sono rimasti stupiti e preoccupati, mentre la gran parte degli insegnanti cercava di sopperire alle carenze strutturali della scuola. Una ricerca SICuPP-Bicocca fa il punto

Di **Paolo Ferri**, Professore Ordinario di Tecnologie della formazione, Università degli Studi Milano-Bicocca

Il tempo sospeso della **pandemia** ha reso manifesto come il digitale sia parte integrante dei giochi, delle amicizie, e della vita quotidiana dei nostri bambini.

Il buio anno e mezzo che abbiamo attraversato sembra, infatti, aver abbattuto la parete di cristallo che separava gli adulti e genitori dalle esplorazioni digitali dei figli e sembra essersi inverata nelle nostre case una affermazione tratta da un mio saggio del 2011 (Nativi Digitali, Bruno Mondadori): “Si è affermata rapidamente una nuova versione 2.0 dell’Homo sapiens: si tratta dei ‘nativi digitali’. I nativi sono molto diversi da noi ‘figli di Gutenberg’. Sono nati in una “società multischermo” e interagiscono con molti di questi schermi fin dalla più tenera età”.

Preso atto di questa realtà, non si può tornare indietro né imporre divieti: occorre, però, formare insegnanti e genitori ad educare i piccoli “nativi digitali” a un uso consapevole e creativo dei dispositivi digitali e del web.

### La ricerca "Bambini e lockdown"

**Molti genitori, infatti, sono rimasti stupiti e spesso preoccupati dalla quantità di ore che i figli hanno trascorso davanti agli schermi.** La vita dei “nativi digitali” tra zero e dieci anni si presenta, a quanto emerge dai nostri dati di ricerca, come un continuum di esperienza, in presenza e online dove la dimensione digitale è molto sviluppata e inestricabilmente intrecciata con quella reale.

È proprio questo uno dei temi che è stato indagato, tra gli altri, dalla ricerca “Bambini e lockdown” condotta dalla **Società Italiana delle Cure Primarie Pediatriche** (SICuPP Lombardia - Marina Picca, coordinatrice scientifica del progetto per i pediatri) con la collaborazione di un gruppo di ricercatori dell’Università di Milano-Bicocca (Paolo Ferri e Chiara Bove, docenti del Dipartimento di Scienze umane per la formazione “Riccardo Massa”) e della spin-off dell’Università di Milano-Bicocca “Bambini Bicocca” (Susanna Mantovani, coordinatrice scientifica).

I **questionari** sono stati erogati nel 2020 dopo il primo Lockdown e nel 2021 dopo i lockdown parziali dell’inverno. La ricerca ha coinvolto più di 3.500 famiglie nel 2020 e 3200 nel 2021<sup>[1]</sup>, tutte con bambini di tra gli zero e i dieci anni di età residenti in tutte le province della Lombardia.

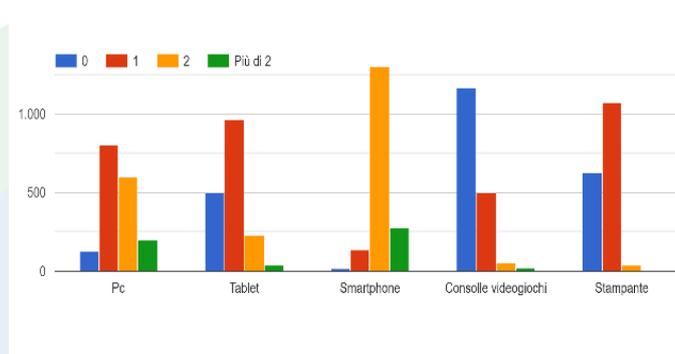
L'obiettivo della ricerca era quello di indagare i ritmi, le regole, le routine (alimentazione, sonno, gioco, movimento), l'esperienza educativa e didattica e gli stati emotivi dei bambini e dei genitori durante il lockdown (Mantovani e al., 2021, Picca, 2021). In questo articolo approfondiremo più nello specifico, a partire dai dati raccolti nelle due indagini (2020, 2021), il rapporto dei bambini con le tecnologie digitali.

## Famiglie molto connesse e bambini sempre più sugli schermi

Le case dei genitori dei bambini che abbiamo intervistato sono case dove le tecnologie digitali e di rete sono molto diffuse: un computer, uno o due smartphone, un tablet e/o una stampante sono quasi sempre presenti (Figura 1 e 2).

### Bambini da 0-5 anni

14. Quali tra questi strumenti/device tecnologici sono presenti in casa?



### Bambini tra 6 e 10 anni

14. Quali tra questi strumenti/device tecnologici sono presenti in casa?

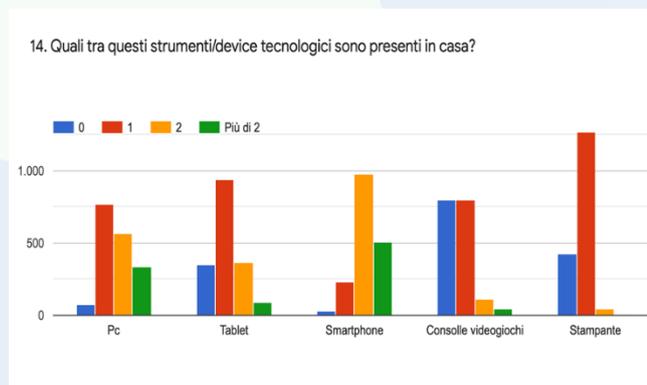


Figura 1 e 2 strumenti tecnologici presenti nelle case dei bambini lombardi - [Ricerca Bambini e Lockdown 2020](#)

In particolare, si segnala la quantità di **smartphone**, due nella maggior parte dei casi, talvolta tre, quasi mai nessuno. Le famiglie lombarde sono sicuramente più abbienti di quelle di altre regioni di Italia, ma questo dato è ancora più significativo se è integrato con i dati dell'Istat riguardo alla connessione a Internet dei cittadini italiani tra i ventiquattro e i quarantacinque anni.

**FIGURA 2. PERSONE DI 6 ANNI E PIÙ CHE HANNO UTILIZZATO INTERNET NEGLI ULTIMI 3 MESI PER CLASSI DI ETÀ.** Anno 2018 e 2019, valori per 100 persone di 6 anni e più con le stesse caratteristiche.

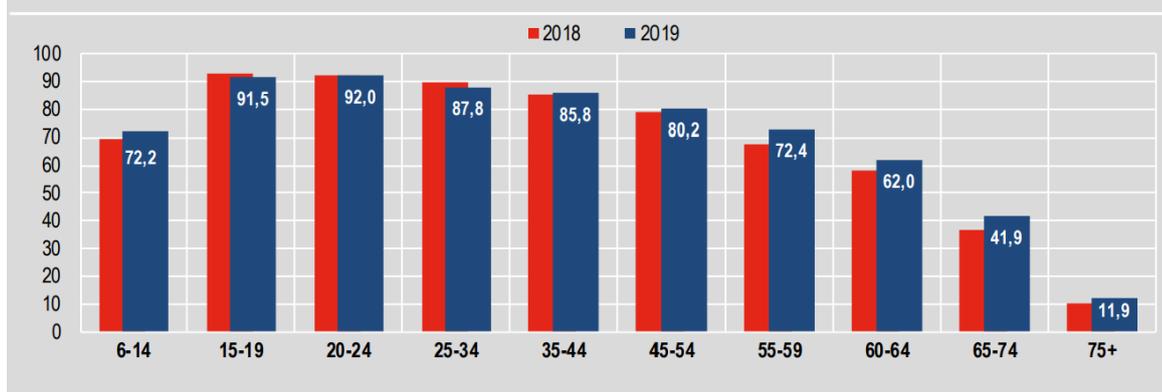


Figura 3 Utilizzo di Internet in Italia [Istat Cittadini imprese tecnologici, 2020](#)

Già nel 2019, prima della pandemia, la penetrazione di Internet in questa fascia di popolazione era superiore all'85%, e questo ci permette di affermare come le famiglie italiane con figli e figlie tra gli zero e i dieci anni siano nella stragrande maggioranza dei casi **connesse** e come il Web e i dispositivi digitali facciano parte della loro vita quotidiana. La tecnologia è quindi presente in famiglia, ma anche i bambini sono molto presenti sugli schermi, in particolare è molto interessante notare come questa presenza sia, nella percezione dei genitori, cresciuta molto con il primo lockdown nel 2020 e non sia calata nel 2021, come si sarebbe potuto pensare, vista la ripresa della scuola.

6-11 anni

12. Rispetto al periodo di lockdown (primavera 2020) utilizza device (tablet, tsmartphone, pc) non per la DAD

1.802 risposte

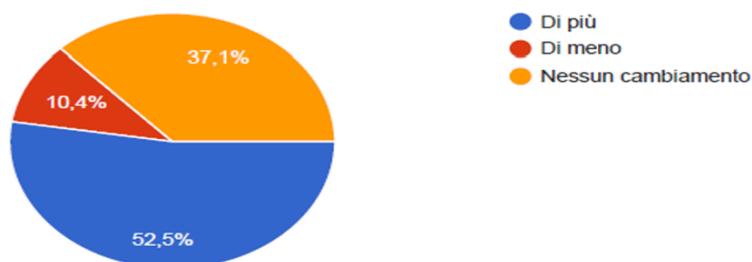


Figura 4. Presenza sugli schermi dei bambini 6-10 anni nel 2021

I bambini non hanno usato gli schermi solo per la **Didattica a distanza** (6-10 anni) ma anche per lo svago l'intrattenimento e il gioco. Nella fascia tra i 6 e 10 anni il tempo sugli schermi risulta decisamente maggiore, sempre nella percezione dei genitori rispetto a quello speso nel 2020.

Ma anche tra i più piccoli questo dato aumenta come dimostrano i grafici ([Bambini e Lockdown, rilevazione 2021](#)). Conseguentemente più del 52,5 % dei genitori dei bambini tra sei e dieci anni

ritiene che questi abbiamo passato più tempo sugli schermi e solo il 10,5% dichiara che le loro bambine e i loro bambini sono stati meno impegnati con i device digitali (Figura 4).

1-5 anni

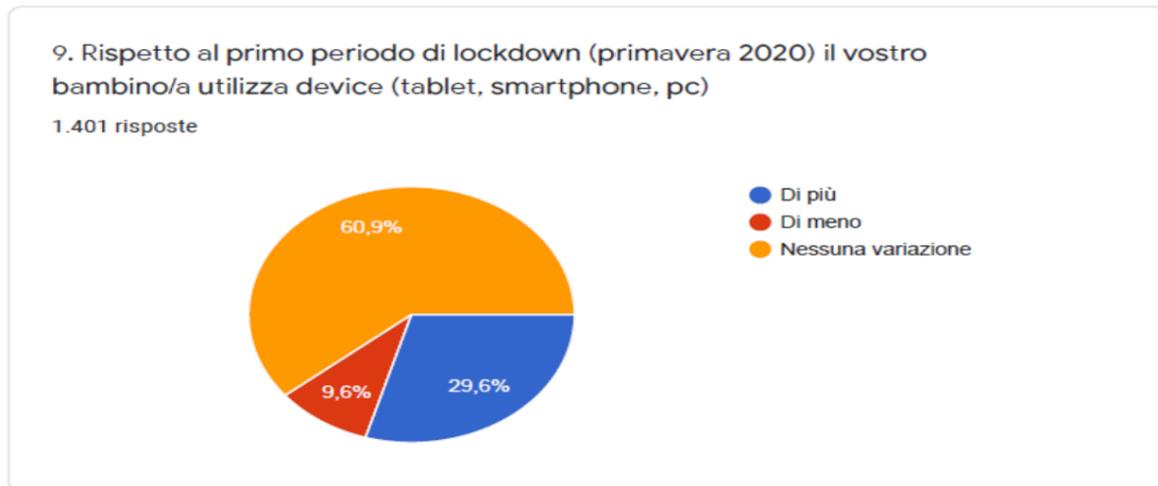


Figura 5 - Presenza sugli schermi dei bambini 0-5 anni nel 2021

Un fenomeno analogo anche se in misura minore avviene anche nei bambini tra zero e cinque anni dove rispetto alla rilevazione del 2020, il 29,6% dei genitori ritiene che abbiamo **umentato il tempo sugli schermi**, il 60,9 ritiene che questa sia invariata e solo il 9,6% ritiene che sia diminuita. L'effetto stanchezza da digitale non è sicuramente attivo, anzi si può forse ipotizzare un incremento della "naturalizzazione" nell'uso di strumenti digitali, nella percezione dei genitori. Gli schermi digitali non vengono più percepiti come un qualcosa di "speciale" e occasionale, sono divenuti una delle interfacce con cui si fa esperienza del mondo. Secondo le nostre rilevazioni, poi, il tempo medio trascorso sugli schermi per lo svago e l'intrattenimento è stato nel 2021 di un'ora e mezzo in media per i più grandi e di quasi un'ora per i più piccoli. Inoltre, e questo è un dato che deve essere osservato con particolare attenzione è aumentato il possesso di un device digitali anche per i piccoli ed è quasi raddoppiato passando dal 9,1 al 14,5. Il fenomeno risulta, però, davvero eclatante per i grandi (tra i 6 e i 10 anni). In questo caso **il possesso dei device è cresciuto di quasi tre volte tra i bambini della scuola primaria nel 2021**. Possiede un device personale il 58,4% di loro contro il 23,5 % rilevato durante il primo lockdown del 2020, sia esso uno smartphone, un tablet o una console di gioco, portatile o fissa.

## Le attività dei bambini sugli schermi

**Ma che cosa fanno i bambini con gli schermi?** Per entrambe le classi di età l'utilizzo principale dei dispositivi digitali riguarda la fruizione di contenuti video (film, cartoni, documentari, video su YouTube) sono visti rispettivamente dal 47,3% (0-5 anni) e dal 58,4% (6-10 anni) dei rispondenti. Tuttavia, è cresciuto anche in maniera netta un **uso più attivo degli schermi**. Si segnala, a questo proposito, una maggiore popolarità dell'utilizzo degli strumenti digitali per giocare, e quindi un utilizzo più proattivo dei dispositivi digitali che comprende il gioco collaborativo online (si pensi all'enorme popolarità del videogioco **Fortnite** in questo periodo fra i bambini della primaria) e le relazioni sociali principalmente attraverso WhatsApp. Il 53,5% dei genitori dei bambini più grandi dichiara, infatti, che i propri figli utilizzano lo strumento digitale per giocare, contro il 20,7% dei bambini più piccoli. Ed è ben rappresentato anche l'utilizzo dei device digitali come strumento di socialità e relazione con i pari, con i famigliari e con i parenti (20,7% , 0-5 anni vs 25,9%, 6-10

anni). Si conferma in questo modo come l'uso sociale del web sta diventando via via più importante anche tra i bimbi più piccoli e non solo in età pre-adolescenziale ed adolescenziale. Anche il **consumo di televisione** è stato percepito come aumentato dal 39,9% dei genitori dei bambini 6-10 anni e dal 31,3 per cento di quelli tra 0 e 5 anni, mentre circa il 47% di entrambe le classi di età lo ritiene invariato e solo il 11,6 (0-5anni) e il 21,9% (6-10 anni) lo ritiene diminuito. Anche in questo caso un dato che conferma la progressiva “naturalizzazione” della vita sullo schermo dei bambini nelle opinioni dei genitori, è molto probabile però che televisione resti “accesa” anche senza essa “guardata”, cioè mentre i bambini svolgono anche altre attività, una sorta di “sfondo integratore” della vita delle famiglie italiane.

L'insieme di questi dati pone anche molti interrogativi sul significato e sui possibili rischi di un tale “consumo” di media e attività digitali oltre che di televisione da parte dei bambini tra gli 0 e i 10 anni. Quello che pare necessario è una precoce educazione ai nuovi media digitali ed è qui come vedremo nel prossimo paragrafo che entra in gioco la scuola.

### La scuola: sempre più ore sugli schermi, ma con quale metodologia

Come abbiamo notato più volte su [Agendadigitale.eu](https://www.agendadigitale.eu), gli insegnanti italiani ([Ferri, P., 2020a](#)) si sono dimostrati encomiabili durante la pandemia – almeno una larga parte delle maestre e dei maestri - e hanno supplito con la dedizione e l'impegno ad una generalizzata carenza di strutture e formazione metodologica sulla didattica aumentata dalle tecnologie. Una carenza che deriva direttamente dai **mancati investimenti** o dai **tagli all'istruzione pubblica** che sono stati operati da tutti i governi che si sono susseguiti nell'ultimo ventennio, almeno fino al [Piano Nazionale Scuola digitale](#) ([Ferri, 2021](#)) e prima degli interventi emergenziali durante la pandemia del ministro Azzolina ([Ferri, P., 2020b](#)). Analizziamo perciò i dati della nostra ricerca riguardo alle opinioni dei genitori delle scuole primarie lombarde sulla Didattica a Distanza (poi ridefinita Didattica Digitale Integrata dalle [Linee guida del MIUR del 26 giugno 2020](#)).

È necessario notare, in primo luogo, come una buona percentuale dei genitori che hanno risposto nel 2021, avrebbe preferito che si potesse trovare **una soluzione alternativa alla chiusura della scuola** (44,8% - 0-5 anni; vs 53% - 6-10 anni). Le motivazioni di questa diffusa percezione sono molteplici e sicuramente possono essere ricercate nella difficoltà e nel “carico” di tempo ed impegno gravato sui genitori nell'aiutare i loro figlio durante il primo lockdown del 2020.

Inoltre, una consistente fetta di rispondenti ha subito pensato alla difficoltà di conciliazione delle necessità lavorative con quelle nell'accudire i figli (28,7% di entrambe le classi di età). È plausibile, poi, ipotizzare che questa sensibilità sia dovuta al maggiore, se non esclusivo, ruolo della **donna** nell'occuparsi dei figli e nell'organizzare le attività familiari. Una conferma implicita è data anche dall'evidenza, sopra riportata, che la stragrande maggioranza dei genitori rispondenti siano donne (93,2 % nel 2021 e 93,3% nel 2020). Fatta questa premessa, proviamo ad analizzare i vissuti della Dad e della DDI presso i genitori che hanno risposto ai nostri questionari. Le domande che abbiamo posto hanno riguardato le seguenti dimensioni:

- l'impegno orario dei bambini durante la Dad/DDI;
- Gli strumenti e le metodologie utilizzate da maestre e maestri;
- Il tasso di gradimento della Didattica a Distanza/Didattica Digitale Integrata<sup>[2]</sup>.

### I tempi della didattica a distanza

Per ciò che riguarda il “tempo di esposizione” agli schermi durante la Didattica a distanza per i bambini della scuola primaria (6-10 anni) possiamo segnalare che rispetto al primo lockdown del 2020 questo sia aumentato, passando da una media di circa due/tre ore al giorno ad una media tra le tre e le quattro ore (53,4%). Un tale incremento può essere spiegato con un maggior “pratica” degli insegnanti nella gestione della didattica digitale ma anche da un eccessivo utilizzo della didattica frontale nei periodi di lockdown e non. Come vedremo questo è un elemento centrale che è stato rilevato anche a livello nazionale e non solo in Lombardia, ad esempio, nella ricerca nazionale condotta dalla Società Italiana di ricerca e didattica sulla DAD (Sird 2021).

## Gli strumenti e le metodologie utilizzate da maestri e maestre

L'eccesso di un approccio trasmissivo può essere rilevato anche indirettamente, osservando gli strumenti più utilizzati dagli insegnanti della primaria durante la Didattica a Distanza e la Didattica Digitale Integrata questi strumenti di tipo trasmissivo sono stati: le video-lezioni in diretta (72,2 %) e cioè decisamente maggioritarie; i compiti postati sul registro elettronico (57,2%) o via mail (53,4%). Solo il 43% degli insegnanti si è avvalso di un ambiente digitale per l'apprendimento (cioè di una classe virtuale), e quindi di un ambiente di apprendimento che permette interazioni meno statiche, un maggior spazio di negoziazione e di interazione e la possibilità di gestire gruppi di lavoro e laboratori on-line con il tutoraggio diretto e indiretto delle maestre e dei maestri.

La maggioranza degli insegnanti lombardi, nel lodevole tentativo di cercare di mantenere il contatto con i bambini, sembra perciò avere scelto, almeno nella maggioranza dei casi, **strumenti poco interattivi** e che tendono a riprodurre la dinamica della lezione frontale d'aula anche all'interno del nuovo contesto solo digitale dettato dall'emergenza. Questo rappresenta una grave in difficoltà perché, per un bambino, una lezione frontale è già piuttosto difficile da fruire anche in presenza e questa difficoltà aumenta esponenzialmente se è solo di fronte ad un video.

I dati della nostra ricerca Bambini e Lockdown si presentano in linea con la rilevazione nazionale condotta, come accennavamo dalla Società Italiana di Ricerca Didattica su tutti i livelli del sistema scolastico italiano; il report, citando testualmente afferma: “La Didattica a Distanza non ha favorito strategie didattiche diverse da quelle tradizionali. Le maggiori difficoltà in questo senso sono ricadute sulla scuola dell'infanzia e sulla primaria che tradizionalmente sono più attive della scuola secondaria. In qualche modo la DAD ha riprodotto i limiti della didattica in presenza” (Sird, 2020).

## La valutazione dei genitori rispetto alla Didattica a Distanza

Se analizziamo la valutazione della Didattica a distanza, espressa dai genitori lombardi<sup>[3]</sup> ci troviamo di fronte a risultati congruenti con quelli che abbiamo esposto più sopra. In effetti la maggioranza dei genitori ha considerato la Dad come adeguata (41,8%) riconoscendo lo sforzo fatto dalla scuola nel mantenere attraverso la tecnologia digitale la continuità didattica anche in momento così complesso come quello del lockdown.

I genitori lombardi hanno, però, individuato in maniera molto precisa i limiti della Dad e della DDI, in particolare segnalano come **l'approccio nozionistico** che ha caratterizzate nella maggior parte casi gli interventi dei maestri abbia lasciato poco spazio agli scambi diretti con gli insegnanti dei bambini (41,8%) e conseguentemente abbia richiesto un grosso sforzo per aiutare e figlio ai genitori stessi (31,4%) che contemporaneamente si trovavano impegnati nello smart working, mentre il tema dell'eccesso di tempo davanti allo schermo risulta poco presente (9,8 % degli intervistati) in linea il processo di progressiva “naturalizzazione” della vita sullo schermi dei figli che abbiamo visto essere uno dei tratti significativi che emergono dalle nostre successive rilevazioni. Il tema della

“**naturalizzazione**” della tecnologia si presta a molteplici letture, da un lato sancisce uno stato di fatto: i “nativi digitali” vivono sugli schermi come vivono nella vita reale e crescendo utilizzano sempre di più gli strumenti digitali. Dall’altro questo dato di fatto presenta anche notevoli elementi di criticità poiché un eccesso di esposizione “acritica” e non “ponderata” agli schermi può rappresentare un grosso problema per tutti i bambini, ma in particolare un problema di inclusione e di giustizia sociale soprattutto per le figlie e i figli delle famiglie più svantaggiate.

Questo duplice aspetto del fenomeno che abbiamo rilevato emerge anche da un’analisi dei dati che abbiamo sviluppato attraverso il metodo della **correlazione di Pearson**<sup>[4]</sup>. Secondo le nostre correlazioni, l’utilizzo dei dispositivi digitali aumenta sensibilmente con il crescere dell’età e, come è facilmente intuibile, con il possesso dello strumento digitale e questo spiegano la progressiva “naturalizzazione” del fenomeno della presenza dei bambini sugli schermi riportato da molti intervistati. Allo stesso modo, però, per entrambe le classi di età sia i bambini più piccoli (0-5 anni) sia quelli più grandi (6-10 anni) la variabile del titolo di studio dei genitori è significativamente correlata con un minor tempo di utilizzo del dispositivo digitale. È plausibile, perciò, ipotizzare che genitori con titolo di studio più alto, e quindi con status sociale più elevato, possano offrire ai propri figli un ventaglio maggiore di attività integrative “esterne” (sport, musica, laboratori...) e/o nello stesso tempo essere in grado di negoziare più efficacemente il tempo d’uso dei device. Genitori più colti, poi, possono promuovere **un uso più mirato** dei dispositivi digitali non solo orientato allo svago ma anche ad altre attività più significative tra le quali la lettura e l’apprendimento. Emerge, perciò, la necessità di politiche scolastiche che garantiscano a tutti i bambini una vera e propria educazione ai nuovi media che permetta loro di farne un uso critico e consapevole questo proprio per evitare che solo ai figli delle classi più avvantaggiate sia offerta la possibilità di sfruttare al meglio gli indubbi vantaggi che le tecnologie digitali offrono nel campo degli apprendimenti minimizzandone nello stesso tempo i rischi.

## Conclusioni

Indietro, abbiamo detto, non si può tornare e sappiamo bene che i divieti finiscono sempre per sortire l’effetto opposto a quello desiderato. Vanno, invece, educati genitori e insegnanti per evitare, in ogni modo, il rischio che gli schermi dei dispositivi si trasformino in una “baby sitter” o peggio in un “dispenser” di stili di vita standardizzati e di prodotti commerciali, come è già avvenuto per la televisione. Da questo punto di vista sono proprio le evidenze che sono emerse durante la pandemia a dimostrare **come la scuola italiana, come sistema, non sia ancora preparata** a questo compito.

Proprio la “forzata” trasposizione in digitale della didattica ed i limiti manifestati dalle sue applicazioni in classe, durante i lockdown, hanno messo la lente di ingrandimento in particolare rispetto a due ambiti connessi: a. la necessità, sempre più cogente, di abbandonare un approccio “istruzionista”, nozionistico e didascalico all’apprendimento; b. l’esigenza, altrettanto improrogabile, di qualificare e formare metodologicamente e tecnologicamente il corpo docente alla didattica “aumentata dalle tecnologie” (Luccisano, 2020, Girelli 2020, Ferri, Moriggi, 2019).

L’eccesso di video-lezioni frontali e di metodologie trasmissive ha messo in evidenza in maniera molto chiara la necessità, nel solco degli insegnamenti dell’Éducation Nouvelle, di **avviare una riflessione su una “nuova scuola”** abilitata dalla tecnologia. Una scuola che valorizzi le metodologie laboratoriali, esperienziali e interattive così come il carattere situato, sociale e relazionale dell’apprendimento (Bruner 1990; Gardner 1983; Gardner, Davis, (2013); Brown, Campione 1994; Papert 1993; Rogoff 2003) e che abbia come sfondo epistemologico **un approccio costruttivista all’insegnamento/apprendimento** (Laurillard, 2013; Pireddu 2014; Rivoltella, Rossi, 2012; Rivoltella 2013; Midoro 2016; Ferri, Moriggi, 2019). È un compito sfidante e

complesso ma estremamente necessario oggi e per il futuro, se non vogliamo che le diseguaglianze nell'uso consapevole delle tecnologie digitali si trasformino, domani in esclusione sociale per i giovani meno fortunati.

## Bibliografia

Brown, A. L., & Campione, J. C. (1994). Guided discovery in a community of learners. The MIT Press.

Bruner, J. (1990). Acts of meaning. Harvard university press.tr. it. La ricerca del significato, Bollati Boringhieri, Torino, 1992

Gardner, H. E. (1983). Frames of mind: The theory of multiple intelligences. Hachette Uk. ; tr. it. Formae mentis. Saggio sulla pluralità delle intelligenze, Feltrinelli, Milano, 1987.

Gardner, H., & Davis, K. (2013). The app generation. Yale University Press.; tr. it. Generazione APP. La testa dei giovani e il nuovo mondo digitale, Feltrinelli, Milano, 2014

Girelli, C. (2020). La scuola e la didattica a distanza nell'emergenza Covid-19. Primi esiti della ricerca nazionale condotta dalla SIRD (Società Italiana di Ricerca Didattica) in collaborazione con le associazioni degli insegnanti (AIMC, CIDI, FNISM, MCE, SALTAMURI, UCIIM). RicercaAzione, 12(1), 203-220

Ferri, P. (2021). La “scuola digitale” è stata l'unica possibile durante l'emergenza: ora si tratta di “aumentare digitalmente” la scuola italiana. Italian Journal of Educational Technology, 29 (2), 42-53.

Ferri, P., (2020a), Formare i docenti alle tecnologie didattiche per il nuovo anno: le sfide, Agenda Digitale, Maggio 2020 reperibile al sito <https://www.agendadigitale.eu/scuola-digitale/scuola-aumentata-formare-i-docenti-alle-tecnologie-didattiche-per-il-nuovo-anno-le-sfide/>

Ferri, P. (2020b), Il piano Azzolina è una bella rivoluzione per la Scuola: ecco perché, Agenda digitale, settembre, 2020, reperibile al sito <https://www.agendadigitale.eu/scuola-digitale/il-piano-azzolina-e-una-bella-rivoluzione-per-la-scuola-ecco-perche/>

Ferri, P., Moriggi, 2019. A scuola con le tecnologie. Manuale di didattica digitalmente aumentata. Milano: Mondadori

Istat, 2020, Cittadini, imprese e nuove tecnologie, reperibile al sito

Laurillard, D. (2013). Teaching as a design science: Building pedagogical patterns for learning and technology. Routledge. tr. it. Insegnamento come scienza della progettazione. Costruire modelli pedagogici per apprendere con le tecnologie. Milano: Franco Angeli 2015.

Lucisano, P. (2020). Fare ricerca con gli insegnanti. I primi risultati dell'indagine nazionale SIRD “Per un confronto sulle modalità di didattica a distanza adottate nelle scuole italiane nel periodo di emergenza COVID-19”. Lifelong Lifewide Learning, 16(36), 3-25.

Mantovani, S., Bove, C., Ferri, P., Manzoni, P., Cesa Bianchi, A., & Picca, M. (2021). Children 'under lockdown': voices, experiences, and resources during and after the COVID-19 emergency. Insights from a survey with children and families in the Lombardy region of Italy. *European Early Childhood Education Research Journal*, 29(1), 35-50.

Midoro, V. (2016). *La scuola ai tempi del digitale. Istruzioni per costruire una scuola nuova*. Milano: Franco Angeli.

Papert, S. (1993). *The children's machine: Rethinking school in the age of the computer*. BasicBooks, 10 East 53rd St., New York, NY 10022-5299; tr. it. *I bambini e il computer*, a cura di A. Bellomi, Rizzoli, Milano, 199

Picca, M., Manzoni, P., Milani, G. P., Mantovani, S., Cravidi, C., Mariani, D., ... & Agostoni, C. (2021). Distance learning, technological devices, lifestyle and behavior of children and their family during the COVID-19 lockdown in Lombardy: a survey. *Italian Journal of Pediatrics*, 47(1), 1-6.

Pireddu, M. (2018). *Social learning: le forme comunicative dell'apprendimento*. Guerini scientifica.

Rivoltella, P.C. e Rossi, P.G. (2012). *L'agire didattico*, La Scuola, Brescia

Rivoltella, P. C., Garavaglia, A., Ferrari, S., Carenzio, A., Bricchetto, E., Petti, L., & Triacca, S. (2013). *Fare didattica con gli EAS. Episodi di Apprendimento Situato* (pp. 5-241). La scuola.

Rogoff, B. (2003). *The cultural nature of human development*. Oxford university press; tr. it. *La natura culturale dello sviluppo*, Raffaello Cortina, Milano, 2004.

Sird, (2021). *La DaD in emergenza: vissuti e valutazioni degli insegnanti italiani. Scelte metodologiche e primi risultati nazionali*, Pensa Multimedia

1. I due questionari non sono sovrapponibili, il secondo costituisce un approfondimento ed ampliamento di temi trattati nel primo questionario, solo alcune domande sono state ripetute. La platea dei rispondenti è invece parzialmente sovrapponibile per caratteristiche socio-demografiche ed età. [↑](#)
2. Questi dati si riferiscono alla rilevazione del 2020 ([Ricerca Bambini e Lockdown 2020](#)) [↑](#)
3. Questi dati sono ricavati dall'indagine 2020 [↑](#)
4. In statistica, l'indice di correlazione di Pearson (anche detto coefficiente di correlazione lineare) tra due variabili statistiche è un indice che esprime un'eventuale relazione di linearità tra esse e cioè la tendenza che hanno due variabili (X e Y) a variare insieme, ovvero, a covariare. [↑](#)

# Automazione: sì, no, quale? Le due facce della Fabbrica 4.0

Il libro “Il lavoro operaio digitalizzato” appena uscito – esito di una ricerca sul campo nell’industria metalmeccanica bolognese – ci riporta ai temi e alle due facce della Fabbrica 4.0

Di **Lelio Demichelis**, Docente di Sociologia economica Dipartimento di Economia- Università degli Studi dell’Insubria

Il tema - il problema - ci insegue dall’inizio della [rivoluzione industriale](#) ed è quello della relazione/conflitto tra uomo e tecnologia, tra lavoro umano (vivo) e lavoro morto delle macchine (apparentemente morto, ma generativo di crescenti incrementi di produttività, di intensificazione dei tempi-ciclo, di efficienza macchinica, quindi di profitto/plusvalore capitalistico), lavoro a sua volta diviso tra nuova occupazione tecnologica e disoccupazione tecnologica (pensiamo ai luddisti di inizio Ottocento).

Il tutto legato al sempre maggiore peso, oggi, di automazione e digitalizzazione, della cosiddetta intelligenza artificiale, con una conseguente e crescente delega dell’**organizzazione**, del **comando** e della [sorveglianza](#) su lavoro e persone a sistemi automatici/automatizzati – quindi alla crescente alienazione dell’uomo da sé stesso e dalla propria intelligenza e consapevolezza di ciò che sta facendo.

Negli ultimi anni (pre-pandemia), molte sono state le **previsioni da sfera di cristallo** sull’impatto che la cosiddetta **quarta rivoluzione industriale** avrebbe avuto sul lavoro – che **quarta non è, perché è sempre la medesima rivoluzione industriale da allora ad oggi**, perché sempre è basata sulla sua imm modificabile **legge ferrea** (divisione del lavoro umano e macchinico e sua successiva integrazione/totalizzazione in un sistema di uomini e macchine); dove a cambiare nel corso del tempo è solo la **tecnologia di connessione** usata per integrare il lavoro prima suddiviso: ieri la catena di montaggio e il taylorismo, oggi il digitale e il [taylorismo digitale](#).

## Automatizzarsi o restare umani

Un libro appena uscito – esito di una ricerca sul campo nell’industria metalmeccanica bolognese – ci riporta a questi temi. Titolo: “**Il lavoro operaio digitalizzato**”, pubblicato da Il Mulino, e curato da **Francesco Garibaldi** (Direttore della Fondazione Sabattini di Bologna) e da Matteo Rinaldini (che insegna Sociologia del lavoro e dell’organizzazione all’Università di Modena e Reggio Emilia). Dalla ricerca emerge una realtà a due facce della **Fabbrica 4.0**, anche se nella nostra lettura della ricerca la prima faccia (quella negativa e critica) è molto più presente, pesante e disumanizzante (per le persone occupate) della seconda (quella che trova comunque, nei processi di digitalizzazione del lavoro, degli aspetti positivi e di miglioramento).

Dal lato negativo vi sono infatti – e già chi usa un **pensiero critico e riflessivo sui temi dell’innovazione** lo sapeva, ma la conferma è importante e ci è utilissima - “i processi di **standardizzazione** delle attività lavorative, di **densificazione dei tempi** e di **aumento dei ritmi**

**lavorativi, di riconfigurazione delle gerarchie interne**, di trasformazione delle **competenze degli operatori non necessariamente verso l'alto** (anzi, in alcuni casi è stato riportato dagli intervistati un processo di **impoverimento delle competenze**), e poi di diffusione di sistemi premianti (o sanzionatori) sul piano individuale e di **monitoraggio della prestazione individuale sempre più stringenti e pervasivi**". **Standardizzazione, densificazione/intensificazione dei ritmi lavorativi, nuove gerarchie, eterodirezione**: appunto, siamo sempre in pieno taylorismo e in pieno capitalismo di sfruttamento del lavoro, semmai aggravato dalla digitalizzazione.

Per contro - è appunto l'altra faccia della medaglia - si avrebbero "significativi **miglioramenti** degli ambienti lavorativi sul piano della salute e sicurezza e dell'ergonomia delle postazioni e degli strumenti di lavoro" (qualcosa che in realtà dovrebbe avvenire a **prescindere dalla Fabbrica 4.0**). Per alcune figure professionali - ma solo per alcune - si sarebbe verificato anche "un aumento di **responsabilità** e un parallelo incremento della **discrezionalità**" del lavoratore, sempre però "all'interno di uno **spazio etero-regolato**, nello svolgimento della propria attività di lavoro, a cui tuttavia non sembra corrispondere affatto un aumento di autonomia intesa come capacità di regolare (nei modi e nei contenuti) il proprio processo di lavoro"<sup>[1]</sup>.

E sottolineiamo: **etero-regolato** e **assenza di una reale autonomia dei lavoratori** - così **smontando una volta di più**<sup>[2]</sup> tutte le **retoriche delle scuole di management** e delle **business school** che favoleggiano di un management finalmente dal volto umano per garantire una prestazione di lavoro davvero creativa, autonoma e responsabilizzata e che si realizzerebbe ora proprio nel e grazie al lavoro digitalizzato/Fabbriche 4.0 e nel capitalismo delle piattaforme; tutto risolvendosi piuttosto e invece - come sosteniamo da tempo - in una **digitalizzazione del vecchio/nuovo taylorismo** e nella semplice **riverniciatura** (è un ennesimo **management-washing**, come avvenuto per tutto il Novecento) **del più vecchio management**. E che si esprime anche e sempre più in una **organizzazione**, in un **comando** e nel **controllo centralizzati (le nuove gerarchie) e digitalizzati**, come nella vecchia fabbrica novecentesca ma accentuati e accresciuti però quanto a pervasività e invasività - come appunto evidenzia anche questa ricerca. E all'interno dell'intensificazione dei tempi-ciclo, "la variabile che la fa da padrona è una richiesta di alta velocità di prestazione", che era l'esigenza/obiettivo ricercato **anche da Taylor** e dalla sua continua ricerca della **one best way**. Per la fabbrica e il capitale, non certo per i lavoratori.

Di più e peggio, per ciò che riguarda libertà e democrazia: invertendo la rotta verso una **democratizzazione della fabbrica** iniziata dalla metà del Novecento, il digitale/nuove tecnologie (che avevano promesso di essere libere e democratiche in sé e per sé<sup>[3]</sup>), insieme con il neoliberalismo stanno riportando appunto l'impresa sempre più verso la monocrazia/autocrazia del passato, concentrando di nuovo il suo **governo** nelle mani della proprietà e della direzione aziendale. Inoltre, continua la ricerca, i lavoratori hanno "la percezione di **despecializzazione e sostituibilità della propria mansione**", elemento ulteriore che va a smontare di nuovo le retoriche/propaganda del management e delle business school sui lavoratori che sarebbero diventati **collaboratori** dell'impresa e dell'imprenditore, sul manager come leader e non più come capo, sui manager della felicità eccetera eccetera.

Ancora la ricerca bolognese: "Allo stesso tempo, nonostante l'evidente incremento dell'adozione delle tecnologie 4.0 lungo i processi produttivi di tutte le imprese studiate, risulta evidente l'importanza che continua a rivestire la **componente umana nel processo di lavoro**, la sua **capacità critica di azione e decisione**, senza la quale **la macchina si fermerebbe**, con buona pace dell'idea della **fabbrica a luci spente** che tanto ha affascinato e in certa misura continua ad affascinare intellettuali e divulgatori"<sup>[4]</sup>. Peccato che questa capacità critica di azione e di decisione venga poi contraddetta appunto dalla crescente introduzione delle tecnologie 4.0, dalle nuove gerarchie digitali, dall'**impoverimento complessivo delle competenze** dei lavoratori e della

**conoscenza** – e la distinzione tra conoscenza (sempre meno) e competenze (sempre più impoverite) ma sempre più richieste è fondamentale, ma è sempre dimenticata dell'impresa. Perché la tecnologia e il capitale – il tecno-capitalismo - per propria **essenza** tendono progressivamente ad escludere la componente umana, sostituita da macchine e/o gestita sempre più da **algoritmi**, sia per quanto riguarda **organizzazione, comando e controllo** del lavoro, sia per quanto riguarda la **qualità del lavoro**.

## Disoccupazione tecnologica. Una questione antica

Scrivendo John Maynard Keynes nel 1930 – è una conferenza tenuta a Madrid nel giugno del 1930 (quella, famosissima **Sulle prospettive economiche per i nostri nipoti**) e pubblicata poi nell'ottobre dello stesso anno<sup>[5]</sup>: “i miglioramenti tecnici nei settori manifatturiero e dei trasporti sono proceduti negli ultimi dieci anni con tassi molto superiori a quelli registrati precedentemente nella storia. Negli Stati Uniti la produzione pro capite dell'industria, nel 1925, superava del 40% quella del 1919. In Europa, ostacoli contingenti ci hanno intralciato il cammino [...]. Nel giro di pochissimi anni, intendo dire nell'arco della nostra vita, potremmo essere in grado di compiere tutte le operazioni nei settori agricolo, minerario, manifatturiero con un quarto dell'energia umana che eravamo abituati a impegnarvi. Per il momento, la rapidità stessa di questa evoluzione ci mette a disagio e ci propone problemi di difficile soluzione. I paesi che non sono all'avanguardia del progresso ne risentono in misura relativa. Noi, invece, siamo colpiti da una **nuova malattia** di cui alcuni lettori possono non conoscere ancora il nome, ma di cui **sentiranno molto parlare nei prossimi anni**: vale a dire, la **disoccupazione tecnologica**. Il che significa che **la disoccupazione dovuta alla scoperta di strumenti economizzatori di manodopera procede con ritmo più rapido di quello con cui riusciamo a trovare nuovi impegni per la stessa manodopera**”. Come ancora oggi.

Ma questa - continuava Keynes, sbagliando previsione, vista con gli occhi di oggi, quasi cento anni dopo - “è solo una **fase di squilibrio transitoria**. Visto in prospettiva, infatti, ciò significa che **l'umanità sta procedendo alla soluzione del suo problema economico**. Mi sentirei di affermare che di qui a cent'anni il livello di vita dei paesi in progresso sarà da quattro a otto volte superiore a quello odierno. [...] Non sarebbe fuori luogo prendere in considerazione la possibilità di progressi anche superiori”.

E aggiungeva: “**per la prima volta dalla sua creazione, l'uomo si troverà di fronte al suo vero, costante problema: come impiegare la sua libertà dalle cure economiche più pressanti, come impiegare il tempo libero** che la scienza e l'interesse composto gli avranno guadagnato per vivere bene, piacevolmente e con saggezza. [...] **Turni di tre ore e settimana lavorativa di quindici ore** possono tenere a bada il problema per un buon periodo di tempo. Tre ore di lavoro al giorno, infatti, sono più che sufficienti per soddisfare il vecchio Adamo che è in ciascuno di noi”<sup>[6]</sup>.

Le cose, come è evidente, sono andate in tutt'altro modo. Non abbiamo risolto il problema economico, le disuguaglianze stanno crescendo, tempo di lavoro e di consumo e tempo di vita sono ormai la stessa cosa e non abbiamo un tempo veramente libero, viviamo male e senza saggezza anche se ci divertiamo molto, siamo **soggetti produttivi e consumativi h 24**, la disoccupazione tecnologica si ripropone sempre e sempre più grave e non è mai transitoria ma ormai endemica.

Ma soprattutto, **deleghiamo a macchine sempre più automatizzate il governo della vita intera dell'uomo e delle società umane**.

## Intelligenza artificiale. Forse

E concludiamo allora questa ricognizione su **tecnica e/o libertà**, arrivando a **Kate Crawford** e al suo saggio sull'intelligenza artificiale, “**Né intelligente, né artificiale**”<sup>[7]</sup>. IA che non è solo qualcosa di immateriale ma è una **megamacchina** che sfrutta risorse naturali, uomini e lavoro, **distruggendo quella privacy** che era la base e l'essenza vera della libertà individuale; IA e che quindi minaccia l'eguaglianza, la libertà e la democrazia. Perché l'IA richiede infrastrutture gigantesche, cavi sottomarini, risorse minerarie fisiche, data center energivori, centri logistici – altro che pensare di risolvere la crisi climatica grazie al digitale... - e allo stesso tempo **influenza pervasivamente la vita di miliardi di persone**, al di fuori o contro le regolamentazioni esistenti e soprattutto – Crawford in perfetta sintonia con quanto sosteniamo da tempo, anche su queste ‘pagine’ – **senza un controllo democratico**: il che significa che oggi non siamo più in sistemi democratici, ma sempre più in una **megamacchina tecno-capitalista**, anch'essa autocratica, totalmente sfuggita al controllo umano.

Ha commentato **Teresa Numerico**, docente di Logica e filosofia della scienza a UniRoma3 e autrice di “**Algoritmi e Big Data**”<sup>[8]</sup>: “I sistemi dell'intelligenza artificiale si manifestano per quello che sono: potenti **strumenti di potere** e di discriminazione, **nascosti appena sotto il tappeto del dispositivo tecnico, asettico e ritenuto affidabile**, senza ulteriori verifiche. Gli esseri umani e le loro capacità di riconoscimento ed elaborazione di categorie per includere e per discernere tra oggetti, eventi ed emozioni sono messi al lavoro dal sistema algoritmico per l'organizzazione del mondo. **L'intelligenza artificiale è finanziata da un vorace sistema capitalistico** che, in alcuni casi è connesso con le strutture di controllo degli stati, e manifesta la **volontà di regolare, riconoscere e rinominare il mondo secondo criteri prestabiliti e ideologici**. [...] Non sappiamo se queste macchine siano intelligenti. Secondo Crawford, non lo sono [...]. Ma la questione è anche più complessa: **chi decide cosa è intelligente**, una volta che la capacità cognitiva umana viene estratta dalle macchine e non c'è modo di controllare quello che suggeriscono? [...] Il rischio di questo **regime di potere, reso possibile dalle tecnologie digitali**, è che rendendo **obsoleta la ragione umana**, potrebbe escludere il dissenso e la legittimità stessa di un processo di verifica dei risultati ottenuti”<sup>[9]</sup>.

## Note

1. F. Garibaldo – M. Rinaldini (a cura di), “Il lavoro operaio digitalizzato. Inchiesta nell'industria metalmeccanica bolognese”, il Mulino, Bologna, 2021, pag. 193-194 [↑](#)
2. Si legga questa ricerca con quelle svolte da Matteo Gaddi sull'Industria 4.0 milanese e veneta, in particolare: M. Gaddi, “Industria 4.0. Più liberi o più sfruttati?”, Edizioni Punto Rosso, Milano, 2019 [↑](#)
3. Sempre utile rileggere il fondamentale: Gruppo Ippolita, “La Rete è libera e democratica. (Falso!)”, Laterza, Roma-Bari, 2014 [↑](#)
4. F. Garibaldo – M. Rinaldini (a cura di), “Il lavoro operaio digitalizzato”, cit. pag. 194 [↑](#)
5. Presente in diverse edizioni, qui ci rifacciamo a: J. M. Keynes, “La fine del laissez-faire e altri scritti”, (Introduzione di Giorgio Lunghini), Bollati Boringhieri, Torino, 1991, pag. 61. [↑](#)
6. Ivi, pag. 64 e 65 [↑](#)
7. K. Crawford, “Né intelligente, né artificiale”, il Mulino, Bologna, 2021 [↑](#)
8. T. Numerico, “Algoritmi e Big Data. Prospettive critiche”, Carocci, Roma, 2021 [↑](#)
9. T. Numerico, “Atlante di un nuovo potere”, il manifesto del 30/01/2022 [↑](#)

# Dentro i social network: così l'esperienza diventa merce

**Selfie e stories da produrre e condividere velocemente: come incidono nella percezione del sé? Come i social network stanno trasformando il ri-conoscimento sociale e individuale? Viaggio all'interno dei meccanismi che fanno collassare il tempo libero nel tempo del lavoro**

Di Alessandro Ugo Imbriglia, Sociologo del conflitto e dell'industria culturale

Quali sono i **meccanismi di costruzione identitaria che i social network codificano ed estendono su scala planetaria**? Quali sono le proprietà semiotiche che caratterizzano le attuali forme di autorappresentazione digitale? I social media sono un corpus da “vivisezionare” nei suoi elementi intrinseci per coglierne la reale operatività e le funzioni latenti.

Delineeremo il genere e il grado di incidenza che i dispositivi dei social network – in particolare selfie e stories – esercitano nelle performance di ri-conoscimento sociale e individuale. La ricerca metterà a fuoco i meccanismi e le peculiarità di un sistema segnico, il “social network”, in grado di livellare la totalità dell'esperienza umana allo stato di merce.

## Velocità ed euforia: nel flusso dei social network

Nei social network, selfie e stories si susseguono ad un ritmo tale da non consentire ai suoi produttori/utenti di ri-elaborarne i messaggi entro una narrazione organica e coerente: **la velocità di produzione e condivisione** è potenzialmente illimitata nella sua istantaneità espositiva. Per questo, si conferma come **la logica per eccellenza della sovrapproduzione capitalistica**.

Nell'incessante proliferazione iconica delle auto-rappresentazioni social, non vi è alcuna coerenza logica e contenutistica fra i post che, vicendevolmente, si incalzano senza tregua, nel flusso ininterrotto della home del social network. L'**immediatezza** con cui il soggetto produce e consuma le auto-rappresentazioni social, insieme all'**assenza di un nesso di significato** fra i contenuti di queste rappresentazioni, tradisce la benché **minima possibilità di stabilire una narrazione organica dell'esperienza** quotidiana, sia nella sua produzione che nella sua fruizione.

Il **simulacro**, inteso come proiezione reificata del proprio sé, costituisce mezzo e fine di un'egemonia culturale il cui elemento distintivo è il **flusso totale di immagini** (Williams, 2000) che appaiono nello spazio social, attraverso due fondamentali modalità di espressione: lo statico ritratto dell'**autoscatto** e la dinamica filmica della **storia**. In questo genere di esperienza il contesto è uno spazio de-materializzato entro il quale il tempo collassa nell'eterna istantaneità del suo contrario, il real time. Da tale prospettiva, la temporalità del social network complica sensibilmente la possibilità del soggetto di unificare il passato, il presente e il futuro della propria vita psichica, e, conseguentemente della propria esperienza biografica.

L'assetto emotivo che connota tale costruzione semantica del soggetto è l'**euforia**. L'euforia costituisce il correlato emozionale di una produzione culturale in cui l'**istante assurgo a momento**

**tema del vissuto quotidiano:** l'esperienza assume significato solo nel fermo immagine che la contiene. L'esperienza, paradossalmente, non ha significato in sé, ma ha significato esclusivamente fuori da sé; l'agire ha significato solo se – mentre si fa – narra simultaneamente del suo farsi. Per soddisfare un tale “eccesso narrativo”, il soggetto si co-stringe negli innumerevoli atti-mi dei propri autoscatti, o nelle sequenze filmiche delle proprie stories. In questo **frazionamento artificiale del tempo di vita** – compiuto attraverso selfie e stories – l'euforia si sostituisce alla felicità. La felicità richiede un tempo di “gestazione”, un investimento di risorse psichiche pianificato e una narrazione coerente alle fasi evolutive dell'esperienza soggettiva. **La cifra con la quale si misura la felicità è la propria stabilità. Al contrario, il criterio di valutazione dell'euforia è l'intensità.** La prima ha la propria concretezza di significato nel consolidamento del sentimento. La seconda ha ragion d'essere esclusivamente nell'immediatezza del picco emozionale.

L'interminabile proliferazione di immagini irrelate e autonome – selfie e stories – restituiscono la manifestazione psicotica di uno spazio di vita che cade sotto l'etichetta di social media. **Nel social media il senso dell'esperienza non è rintracciabile nella correlazione fra significante e significato** (De Saussure, 2009), dunque fra la story e il suo contenuto filmico, fra il selfie e l'immagine che esso ritrae; men che meno nella catena dei significanti (Lacan 1957) – i cosiddetti post – che incessantemente scorrono nella home del social network. Al contrario, il significato dell'esperienza è rinvenibile nella sequenza illogica, casuale ed istantanea di elementi – selfie e stories – che, nella loro incessante proliferazione, si giustappongono l'uno all'altro, lasciando in realtà isolati i propri contenuti. L'immagine filmica (Debord, 1990) di una story e l'immagine ritratta da un selfie veicolano un contenuto che non in-trattiene alcun nesso di significato con l'immagine filmica della story che la precede o con l'immagine immortalata dal selfie che ad essa segue. Agli occhi dell'osservatore/attore (l'utente del social network) il senso dell'intera esperienza non è dunque dato dalla dimensione qualitativa di un significante (selfie e stories) legato al proprio significato (contenuto dei selfie e delle stories), bensì dalla dimensione quantitativa attraverso cui i più disparati significanti – post, selfie, stories etc. – si avvicinano l'uno all'altro entro un flusso interminabile e indistinto, corrispondente allo spazio qualificato con il termine home<sup>[1]</sup>.

**La fruizione di un singolo autoscatto e di un'unica story non hanno, di per sé, alcuna valenza:** solo nell'interminabile proliferazione di tali auto-rappresentazioni ognuna di esse può rivendicare la propria significatività. Dunque, è la brutta quantità che, nel suo stesso incessante proliferare, determina la qualità, con-cedendo alla singolarità (il selfie o la story) una propria apparente unicità<sup>[2]</sup>.

In questo flusso indistinto di rappresentazioni e narrazioni del sé, l'hashtag è l'elemento congiunturale che eleva esponenzialmente la possibilità di creare, surrettiziamente, infinite e sempre nuove catene di significanti. Entro questa logica gli elementi significanti restano “agganciati” solo artificialmente, nonostante i rispettivi contenuti – i significati – presentino, per lo più, una coerenza logica e contenutistica assolutamente marginale, se non addirittura assente.

## L'identità come performance e l'esibizione dell'esperienza come scopo

Nell'interminabile proliferazione delle immagini filmiche (stories) e, al contempo, delle immagini istantanee (selfie), la definizione e ridefinizione dell'identità personale non è posta più in relazione alla funzione sintattica che l'uomo – prima dell'avvento dell'era social – stabiliva e ri-conosceva tra un enunciato e l'altro. Le grandi produzioni umane, rintracciabili nell'epica e nel teatro, poi nel romanzo, e in ultimo nel cinema, cedono una consistente fetta della propria “sovranità narrativa” alle espressioni ego-iconiche dell'autoscatto e della storia. Come sottolineato nel precedente paragrafo, nella realtà social **la definizione dell'identità personale ri-conosce il proprio criterio**

**fondativo nelle performance** iconiche che ogni singolo selfie e ogni singola story pro-muovono in totale autonomia rispetto ai post che li precedono e ai post che ad essi seguono.

Ad incidere nella costruzione dell'identità soggettiva non è più la coerenza formale e contenutistica che intercorre fra i segni, ma la definitiva indipendenza che, per mezzo della loro giustapposizione, ne garantisce l'effettiva separazione. È la stessa giustapposizione fra gli elementi segnici – selfie e stories – a garantirne la connessione, precludendone, irreversibilmente, la relazione. In realtà, l'isolamento è *conditio sine qua non*, la connessione non potrebbe altrimenti verificarsi. Nel momento in cui il fine narrativo del soggetto non risiede più nella coerenza logica stabilita dal tempo diacronico e dalla relativa struttura sintattica, i valori distintivi dei segni traslano dal peso della loro relazione all'esclusività della propria, singola, sovraesposizione.

L'affermazione del sé non passa attraverso la distanza critica (Bell, 1969) dall'industria culturale (Adorno, Horkheimer 2010), ma ripone la propria ragion d'essere – senza eccezione alcuna – nella parodia che la stessa industria culturale incessantemente promuove. Se la distanza critica posizionava e individuava l'elemento culturale al di fuori della cultura di massa, la parodia odierna, nel verso opposto, si posiziona solo ed esclusivamente all'interno dell'industria culturale stessa. Mentre la prima adottava un percorso divergente al Capitale, la seconda segue un itinerario convergente alla logica capitalistica. **Il fine ultimo dell'odierna parodia non è satirico, bensì ludico; lo scopo verso il quale tende non consiste nello straniamento (Brecht), nello sconvolgimento della percezione abituale della realtà, ma persegue l'acquietamento entro una solida e unica percezione del dato reale.**

Lo scopo pedagogico della distanza critica implica una postura attenta, uno sforzo interpretativo in grado di avanzare una severa messa in dubbio del dato reale. Il carattere oppositivo della critica radicale ammette l'emergere di un sentimento di ostilità, a cui può seguire l'intolleranza, se non addirittura il consolidamento di un vero sentimento di repulsione. Lo scopo dell'industria culturale, posto in netta opposizione a quello appena descritto, **pre-dispone il soggetto alla messa in opera di un giocoso disimpegno**: al carattere oppositivo si sostituisce un carattere adattivo; la radicale e severa messa in dubbio della realtà data flette entro una postura accomodante, mentre lo sguardo attento, circospetto, evolve in un'andatura distratta. Al sentimento di ostilità subentra un'indifferente accettazione e il senso di intolleranza cede il posto all'inebriante condivisione della "diretta". Se nel luogo della distanza critica il dis-gusto dettava l'incondizionata "presa di distanza" del soggetto dall'industria culturale, ora il gusto è mosso, nel verso opposto, in direzione di un'allucinogena ed eccitante sovraesposizione. Il sentimento di segno negativo (-) è sostituito da un'emozione di segno positivo (+). La traiettoria contrastiva della condotta individuale vede azzerate le proprie possibilità di realizzazione, a favore di una traiettoria confermativa dell'agire soggettivo. Non a caso il social network segna la **scomparsa definitiva del confine distintivo fra arte e vita quotidiana**. Facebook e Instagram penetrano e anettono quelle enclaves che, seppur residuali, preservavano l'alta cultura entro un luogo incontaminato e non ancora de-materializzato. L'arte entra, in via definitiva, nell'interminabile ricorsività del ciclo produttivo: ogni genere di espressione umana esige, nel social network, una piena e incondizionata legittimazione artistica.

L'incessante produzione di stories e selfie è l'indice che fornisce evidenza empirica a questo "bisogno generalizzato": l'esperienza quotidiana non è più tassello, parte integrante di un progetto di vita; l'esperienza non ha un'incidenza circoscritta entro la totalità di un percorso biografico ben più ampio e complesso. Al contrario, **la singola esperienza assurge a finalità esistenziale**. L'esperienza diviene, al contempo, mezzo e fine del progetto medesimo, e lo fa sino ad estinguere il confine fra strumento e scopo. A differenza di quanto accadeva nell'era antecedente al social network, oggi la biografia individuale, anziché pre-disporre e compendiare il progetto che ognuno deve scrivere da sé (Beck, 2000), registra le innumerevoli e irripetibili esperienze che

ciascuno, da sé, deve simultaneamente vivere e immortalare. Nell'era precedente all'avvento del web, il significato della biografia individuale maturava e si consolidava in piena aderenza con il tempo di vita biologico: al suo farsi forniva intima voce il diario; un primo elementare esercizio psicoanalitico era garantito dallo scambio epistolare. Si ricorreva infine alle memorie per tentare di restituire un giudizio compiuto sul proprio percorso di vita.

Al contrario, nella società odierna, la biografia conquista la propria dignità narrativa nella misura in cui è l'esperienza degli infiniti e irrelati attimi ad attribuirle un significato: la sacralità del diario personale è violata da un'inappagabile eccitazione per il tempo reale della home. In questa profanazione dell'intimo si svela la potenza di un mezzo in grado di elevare ogni genere di atto, fatto e contingenza al rango di esperienza.

In antitesi alla funzione dialogica e al contempo autoriflessiva dell'epistola, si afferma nella sua massima evidenza **l'esposizione del singolo sé**: il soggetto impone alla parzialità dell'enunciato l'inamovibilità della propria icona. In ultimo, il giudizio definitivo delle memorie si frammenta nelle innumerevoli autovalutazioni delle performance quotidiane. In questo quadro, l'esperienza di vita è, essa stessa, il progetto di vita.

### Like e autostima: nei social network ogni esperienza è merce misurabile

In un mondo in cui i social network si apprestano a diventare l'agente di socializzazione dominante, gli attori che propongono e veicolano i segni identificativi da acquisire impongono, in maniera più o meno consapevole, un preciso criterio di leggibilità dello status sociale, il cui elemento regolatore, il prestigio (Weber, 2005) abbandona una formula di giudizio qualitativa e assume un modello di misurazione quantitativo. Il numero dei like ottenuti, la quantità delle condivisioni registrate, il numero dei follower raggiunti e la mole complessiva delle interazioni prodotte attestano la legittimazione sociale ottenuta del soggetto, svelandone le aspettative, e dunque il ranking sociale a cui lo stesso soggetto ambisce. **In questa logica affermativa del sé, il prestigio del singolo soggetto è valutato entro parametri statistico-descrittivi.**

Il prestigio, quindi diviene una grandezza sottoponibile al criterio scientifico dell'esattezza, sulla base del quale l'individuo socializzato formula le proprie valutazioni, e, in particolar modo, le proprie autovalutazioni. **I giudizi prodotti, a seconda dello score statistico ottenuto, incidono sulla costruzione dell'identità**, e, più esattamente, sul livello di autostima<sup>[3]</sup> dell'individuo socializzato. Posta questa fondamentale osservazione, non si può che identificare nell'influencer l'intermediario culturale (Bourdieu, 2001) in grado di definire e dettare le gerarchie del gusto e degli stili di vita. In questo quadro il giudizio di valore abbandona l'approccio ermeneutico-discorsivo che, almeno in parte, riusciva a conservare nell'era pre-social: se è il significante a prevalere sul significato, allo stesso modo è il calcolo a prevalere sull'enunciato. Ove lo scopo dell'agire soggettivo mira alla performatività, il soggetto stesso non può che sottoporsi ad un criterio di misurazione in grado di azzerare la possibilità di errore. Dunque, l'elaborazione del dato subentra all'analisi del testo, nello stesso momento in cui il discorso abdica in favore della figura (Lyotard, 1988): l'affermazione del social network ribadisce la definitiva subalternità della parola all'immagine e predispose l'elemento figurale come lo strumento più adeguato alla realizzazione della performance, la quale altro non è che il ritratto fedele dell'esperienza stessa.

In definitiva, la qualità dell'esperienza è certificata dal responso quantitativo che essa registra. L'etichettamento del prodotto – inteso come elemento dirimente nella logica del marketing – invade la sfera dell'esperienza umana, sottoponendo quest'ultima al criterio valutativo del rating. **L'esperienza è dunque prodotto, merce, poiché la significatività dell'esperienza stessa risiede**

**nella sua appetibilità sociale;** quest'ultima, l'appetibilità, è legata all'effettiva remuneratività dell'esperienza ritratta. È dunque la remuneratività che attesta la legittimità dell'esperienza in quanto merce. In ultimo, il grado di legittimità registrata incide, più che proporzionalmente, sul livello di autostima del soggetto che ha agito l'esperienza immortalata. Quest'ultima, l'autostima, immediatamente co-incide nella definizione dell'identità soggettiva.

Attraverso questo processo circolare si verifica la definitiva trasposizione della costruzione identitaria nel luogo della merce e nella logica del prodotto. Se per Featherstone (1994) l'ethos piccoloborghese moderno e tardo-moderno poteva essere individuato nella creazione del "consumatore perfetto", nella società odierna è possibile rinvenire la logica distintiva e auto-validante della cultura piccoloborghese nel pro-porre sé stessa come il prodotto perfetto.

## Social network e definizione del Sé: l'invasione dell'economia

Dall'analisi condotta nei precedenti paragrafi emerge la natura ossimorica dei social network sites. Se da un lato selfie e stories propongono un contenuto che pare assumere, in prevalenza, una connotazione ludico-ricreativa, sul fronte opposto le stesse rappresentazioni social fondano la propria intellegibilità sociale sul criterio della performatività. Il carattere ludico-ricreativo pertiene alla logica dell'intrattenimento, predilige il divertissement improduttivo e dunque privo di un agire teleologicamente orientato, dilatato in una temporalità disorganizzata e intermittente. Al contrario, il carattere performativo attiene ai criteri prescrittivi dell'economia aziendale. L'esecuzione efficiente ed efficace della prassi performativa (selfie e stories) volge – come già affermato in questa sede – verso uno scopo incrementale; il soggetto opera all'allargamento del proprio spazio espositivo: la proliferazione dei selfie e delle stories, e più in generale dei post ai quali vengono annessi, mira ad un aumento del numero dei like e delle condivisioni, nonché all'aumento del numero dei follower (seguaci) del soggetto/utente. Questa stabile presenza di elementi antitetici non solo erode la soglia di demarcazione fra tempo libero e tempo di lavoro, ma letteralmente con-fonde l'agire produttivo e orientato allo scopo (Weber, 2005) con l'agire lassista e disinteressato concernente la sfera del loisir (Morin, 2005). **La logica della produzione invade e integra il mondo dello svago, ma, nel verso opposto, è lo svago ad ex-tendere e con-cedere la propria forma alla logica della produzione.** Il fine dei dispositivi narrativi come i selfie e le stories resta l'accumulazione illimitata della forma-merce, ma il genere di esperienza che conduce a tal fine preserva la percezione apparente dello svago. È nella con-fusione di questi opposti che si sostanzia e rinnova la logica dell'accumulazione capitalistica. L'equivoco, banalmente, si pone nell'ovvia ma fallace convinzione del soggetto contemporaneo, agli occhi del quale il tempo di lavoro e il tempo libero restano due mondi opposti e autonomi. In verità, con l'affermazione planetaria del social come principale agenzia di socializzazione, logica del lavoro e sfera del loisir divengono parti indistinte di un tutto inscindibile. In questo verso si potrebbe addirittura considerare il lavoro come sub-stanzia, ciò che letteralmente "sta sotto" l'apparente e superficiale divertissement: **l'agire produttivo, e dunque performativo, si rivela, quasi paradossalmente, il fondamento ontologico del tempo libero vissuto nel social net-work.**

Nello specifico, il soggetto produce la propria attività ottemperando alle regole fissate dal più generale concetto di economicità: l'attivazione di un profilo social da parte del soggetto e la produzione delle proprie rappresentazioni – stories e selfie – hanno un costo economico-finanziario pari a zero. Dunque, la produzione oggettivante del soggetto raggiunge un livello di rendimento massimo all'interno del processo produttivo; l'impiego del soggetto stesso, cioè del suo corpo reificato nelle immagini dell'autoscatto e delle stories, si rivela un fattore produttivo efficiente ad un grado ottimale. In termini squisitamente economicistici, il costo d'acquisto che si sostiene per l'approvvigionamento delle risorse (selfie e stories) da impiegare nel processo produttivo è nullo. In

termini monetari, al soggetto/utente non grava produrre e “postare” i selfie e le stories attraverso il proprio profilo social. Questa ingannevole gratuità maschera la sub-stanzia economico-produttiva di un “gesto” erroneamente concepito come ludico-ricreativo. Oltre a un livello di efficienza economica ampiamente garantita, il soggetto registra un elevato grado di efficienza tecnica: la quantità fisica delle risorse impiegate, quindi la corporeità reificata dall’immagine soggettiva, è in grado di sostenere volumi prestazionali (selfie e stories) potenzialmente illimitati.

La produzione delle autorappresentazioni social va colta nella rispondenza fra i risultati ottenuti (outcomes) e gli obiettivi prefissati. Dunque, da un lato il soggetto osserva la produzione iconografica di stories e selfie in rapporto alla quantità di condivisioni, like, follower e commenti che selfie e stories – attraverso i post pubblicati – sono stati in grado di genere (outcomes). Dall’altro lato il soggetto valuta la produzione iconografica dei selfie e delle stories in relazione diretta con gli obiettivi prefissati, quindi con il volume di like, condivisioni, commenti e follower che avrebbe voluto o potuto registrare. Lo scarto fra risultati ottenuti (outcomes) e obiettivi prefissati costituisce il differenziale quantitativo che incide direttamente sulla produzione biografica del soggetto e sul consolidamento del proprio livello di autostima. In questo processo, i criteri di economicità su cui si fonda l’economia aziendale costituiscono, come mai prima d’ora, i fattori determinanti nella costruzione dell’identità soggettiva. Il social network è il luogo ove si concentra, massimamente, ciò che identifichiamo con la definizione di delusione delle aspettative. La categoria analitica dello spread, dal mondo inanimato della tecno-scienza, invade la sfera biografica, quindi cognitiva ed emotiva, del soggetto, sottomettendola alle leggi empirico-descrittive dell’economia.

La riduzione economicistica della definizione identitaria del soggetto va concepita in relazione ai meccanismi attraverso cui la piattaforma codifica la creazione di profitto. L’identità del soggetto costituisce la fonte dalla quale la piattaforma estrae valore attraverso specifiche formule di riconoscimento sociale – selfie, stories, post, condivisioni, like. La definizione del Sé va dunque demistificata e ricondotta necessariamente alla sua logica materialistica: **l’identità corrisponde alla materia prima** che, una volta immessa nel circolo della produzione, consente – attraverso un incessante lavoro industriale (selfie e stories) – l’estrazione e l’accumulazione di plusvalore. La materia prima che la piattaforma consente di lavorare non è altro che l’autocoscienza del soggetto. Nel suo divenire cosciente il soggetto si fa merce (selfie, stories, post, condivisioni, like, commenti) e la merce di cui dispone la piattaforma è immessa sul mercato dei beni. Alla stregua del mondo inanimato dei beni e dei servizi, l’identità entra direttamente negli schemi della produzione, e, la vita intera dell’uomo diviene, al contempo, materia prima e pluslavoro (Demichelis, 2019).

L’utente della piattaforma accoglie febbrilmente la gratuità che connota il proprio lavoro in rete (Terranova 2000), ma, a partire da questa entusiastica adesione, tralascia lo specifico contrattare che tale gratuità prevede: dalle infinite “prestazioni d’opera” attivate dagli utenti ne con-seguita un preciso meccanismo di monetizzazione delle performance<sup>[4]</sup>. In questo processo, il soggetto abilitato alla monetizzazione del “prodotto finale”, dunque della merce (l’identità), non è il singolo utente-produttore, bensì è il proprietario dei mezzi di produzione. **Le singole operazioni che il soggetto compie attraverso il proprio profilo producono identità; l’identità assume un valore esatto, ma quest’ultimo è accumulato dal proprietario della piattaforma.** In un luogo che progressivamente erode il confine fra svago e produzione (Scholz, 2012), il produttore-utente è assorbito in una quadruplica falsa coscienza:

1. Non ha coscienza di essere a lavoro (Fuchs, Sevignani 2013).
2. Non ha coscienza di ridurre a merce di scambio la propria emotività, la propria intimità, le proprie esperienze.

3. Non ha coscienza di produrre un nuovo genere di merce, che corrisponde alla propria identità.
4. Non ha coscienza che tale merce, assumendo un preciso valore monetario, dovrebbe prevedere una remunerazione.

L'attribuzione di valore positivo che il soggetto concede alla gratuità del proprio lavoro maschera, inconsapevolmente, lo sfruttamento di cui l'attività del soggetto è in realtà portatrice: poiché il soggetto produce valore e questo valore è monetizzato dal proprietario dei mezzi di produzione, all'utente-produttore dovrebbe essere corrisposta una remunerazione, cioè un salario (Ferraris, 2018). In maniera alquanto paradossale il soggetto si giova di questa assenza retributiva ed elogia la gratuità che connota la propria attività. In definitiva **il soggetto, nella sua attività, riconosce una gratuità fittizia e misconosce il reale sfruttamento a cui è sottoposto.**

Il soggetto «è alienato dai dati, cioè dalla sua vita che cede ad altri diventando altro da sé; alienato dalla piattaforma/social che gli prende i dati a sua insaputa e che non è sua ma è di un capitalista; alienato perché il frutto del suo lavoro di produzione dei propri dati – i dati stessi – non gli appartiene» (Demichelis, 2019).

Il social network dunque “salda”, entro un unico dispositivo, la costruzione dell'identità soggettiva e l'estrazione di valore (profitto) compiuta dalla piattaforma.

## Il divorzio tra il Soggetto e la Coscienza: l'umanità ai tempi dei social

Dalla disamina proposta nel paragrafo precedente emerge un primo “grado” di mercificazione che il soggetto subisce e, al contempo, attiva. Ad esso si sovrappone un ulteriore livello di mercificazione: al fine di comprenderne il funzionamento, è necessario volgere lo sguardo verso la logica della produzione che connota l'agire del soggetto e, più specificatamente, la definizione che quest'ultimo fornisce della propria identità.

Attraverso i dispositivi narrativi<sup>[5]</sup> forniti dal social network, il soggetto consuma sé stesso, poiché da soggetto dell'esperienza si fa, letteralmente, oggetto nell'esperienza. Per mezzo delle stories e dei selfie, il soggetto, in quanto attore, pone in atto sé stesso e, contingentemente alla produzione dell'esperienza agita, si pone come oggetto agito da sé stesso.

La coscienza, intesa come riflessività del soggetto posto dinnanzi a sé stesso (auto-riflessività), con l'estensione illimitata della realtà social, stabilisce e consolida un radicale salto di prospettiva.

Per comprendere questo salto è necessario porre in essere una distinzione preliminare: l'esperienza di “primo grado” coinvolge il soggetto nell'hic et nunc dell'agire stesso; il soggetto, qui ed ora, pone in essere l'azione e la termina nel suo atto conclusivo. Dunque, il soggetto ha coscienza del proprio agire solo dalla prospettiva entro la quale è esperienza direttamente agita e definitivamente conclusa. Al contrario, le stories e i selfie possono essere annoverati fra le esperienze di “secondo grado” nella misura in cui il soggetto pone in essere, quasi simultaneamente, l'azione (l'autoscatto), la rappresentazione dell'oggetto (pubblicazione del post) e addirittura la re-azione all'oggetto (like, emoticon, commenti). In quest'ottica, la coscienza fissa, e continuamente ri-pone, il suo sguardo sull'esperienza di “secondo grado”, giacché, sistematicamente, la coscienza operativizza – attraverso il selfie e la story – l'atto attraverso il quale il soggetto mette in cornice l'esperienza di “primo grado”.

In questo slittamento di prospettiva, **la coscienza, anziché porre il suo sguardo retrospettivo sull'esperienza agita e irreversibilmente conclusa, orienta le proprie lenti sullo scopo celebrativo dell'esperienza posta in atto**, cioè sull'esperienza fissata nel "post". Per tal motivo, la coscienza, in quanto facoltà dell'intelletto, esercita la sua funzione nella costruzione identitaria non più a partire dallo scopo del soggetto agente in quanto differ-ente dall'oggetto, bensì a partire dallo scopo del soggetto come corrispond-ente all'oggetto, e dunque come prodotto realizzato da sé medesimo. Da un punto di vista ontologico, si è dunque obbligati a concepire il soggetto come soggetto oggettivato. Nelle stories e nei selfie il soggetto resta consumatore di un prodotto, ma quest'ultimo, il prodotto, corrisponde al soggetto pienamente oggettivato: il soggetto è simultaneamente produttore-prodotto-consumatore, giacché consuma il prodotto – se stesso – nel momento stesso in cui lo produce. Entro questa inedita sintesi, il soggetto si attesta come effettivo nodo del sistema tecnico, dal quale viene definitivamente sussunto e ibridato (Demichelis, 2020).

Il soggetto, essendo a questo punto oggetto di sé stesso è, contingentemente, attore e osservatore della propria esperienza. Quindi l'erosione del confine distintivo fra soggetto e oggetto coincide con la dissoluzione della soglia distintiva fra attore e osservatore. Il soggetto non orienta il suo agire in direzione di un oggetto che è altro da sé; al contrario, il soggetto, orienta il proprio agire su di sé, e, in questa rifrazione identitaria, non fa altro che oggettivare sé stesso. Il correlato percettivo dell'oggettivazione diviene la contemplazione. Se nel recente passato il soggetto poneva come oggetto della propria contemplazione la natura o il divino, per arrivare in ultimo alla merce, nella società odierna il soggetto, in quanto soggetto oggettivato, pone sé stesso come destinatario, e dunque oggetto, della propria contemplazione. La contemplazione, da tensione spirituale protesa alla sfera trascendente dell'essere, ora colloca il suo raccoglimento attorno alla dimensione immanente del vissuto quotidiano ed è questa "discesa di prospettiva" ad elevare l'oggetto contemplato, cioè il soggetto oggettivato, a ente divino. Dunque, l'oggettivazione del soggetto corrisponde, quasi paradossalmente, alla deificazione dell'oggetto, in quanto il soggetto contemplante è, per mezzo dell'autoscatto e delle stories, l'oggetto contemplato.

Se con la dialettica hegeliana, la coscienza, dunque lo spirito, muoveva entro una riflessione circolare con la datità del mondo circostante, sino a riappropriarsi di sé in modo arricchito (Hegel, 2014), ora la coscienza – che non è coscienza generica (Marx, 1976) e men che meno coscienza collettiva (Durkheim, 2016) – anziché partire da sé per porre le proprie specifiche qualità fuori da sé, inverte la direzione del proprio processo. La coscienza – da concepire, beninteso, come coscienza del singolo soggetto – identifica le proprie qualità in ciò che è altro da sé, il quale altro non è che il soggetto oggettivatosi per mezzo del selfie e della storia. In questo capovolgimento dialettico, la coscienza dunque resta tale, si preserva, solo nel suo verso opposto, cioè a partire dall'oggetto. Quest'ultima torna al soggetto solo come provvisoria transizione, in vista di un sempre ulteriore potenziamento dell'oggetto, cioè del soggetto oggettivatosi nell'atto dell'autoscatto o nel video della story<sup>[6]</sup>. L'idea del soggetto – dunque la percezione che il soggetto ha di sé – è stabilmente ancorata all'oggetto, il quale oggetto corrisponde all'immagine del soggetto reificata nella story o nel selfie. A partire da questa costante, la coscienza abbandona solo temporaneamente l'oggetto per collocarsi provvisoriamente nel soggetto e riapprodare stabilmente sul lato dell'oggetto. In sintesi, **la coscienza resta una facoltà del soggetto, ma la percezione di sé ha sede altrove. La percezione di sé ha sede nell'oggetto. Selfie e stories sono alcuni fra principali dispositivi che conducono a questo insediamento.** Il momento "antitetico" quindi si riduce ad una fase intra-soggettiva di rielaborazione dei feedback ricevuti dall'oggetto – like, condivisioni, commenti, emoticon, messaggi – ai quale segue l'immediato atto estetico-performativo – il ritocco del selfie o della storia – per giungere, in molti casi, all'atto conclusivo della chirurgia estetica.

Se l'alienazione è classicamente intesa come il passaggio transitorio mediante il quale la coscienza si colloca fuori da sé per tornare, successivamente, in sé arricchita, con l'argomentazione proposta

in questo paragrafo il termine alienazione sta ad indicare la costante che segna la legittimità ontologica dell'oggetto, cioè del soggetto che si è prodotto oggetto e che si concepisce a partire da ciò che, per l'appunto, è totalmente altro da sé. **Anziché proiettarsi fuori da sé** per stabilire una provvisoria collocazione nelle forme della natura e delle datità delle istituzioni, **la coscienza individua il proprio luogo di partenza nell'immagine di sé reificata** per mezzo dei selfie e delle stories, al fine di proiettarsi temporaneamente nel soggetto fisico, corporeo, di sua appartenenza e restituirsi arricchita alle proprie autorappresentazioni "social". Gli attributi del soggetto, che siano essi di segno positivo o di segno negativo, sono in primis e prevalentemente gli attributi dell'oggetto, che il soggetto può vantare o negare solo indirettamente, in quanto riflesso. Ciò significa che il soggetto, nei passaggi sistematici in cui si riappropria della propria coscienza lo fa in quanto oggetto, favorendo dunque il proprio impoverimento. I dispositivi narrativi codificati dal social network ipostatizzano l'oggetto, cioè il soggetto oggettivatosi. L'ipostasi del soggetto oggettivato è l'immediato risultato di un processo attraverso il quale il soggetto rinviene le proprie qualità al di fuori di sé, cioè a partire da sé in quanto oggetto e non da sé in quanto soggetto. È questo divorzio fra il Soggetto e la sua stessa Coscienza a definire la condizione esistenziale dell'uomo al tempo del social network. La coscienza, metaforicamente, "tradisce" il soggetto a cui appartiene, per concedersi all'oggetto, cioè al suo fac-simile, e, in questa formidabile separazione, l'aspetto forse più grottesco è legato al soggetto, all'euforica "accettazione" dell'adulterio subito, anzi agognato.

Entro questa prospettiva di analisi, selfie e stories possono essere identificati come dispositivi in grado di assumere una funzione di cesura.

### Produzione, arte, scienza e sacro: il livellamento dei social network

La modernità, nel suo incessante accrescimento tecno-scientifico, ha promosso e consolidato due particolari forme di alienazione. Sulle orme della tradizionale analisi marxiana, si assiste da un lato alla "separazione generalizzata" (Debord, 1990) del lavoratore dal proprio prodotto e, entro questo distanziamento, si concretizza l'ulteriore separazione fra i produttori (lavoratori) che contribuiscono alla creazione della merce finale (Marx, 2004). In queste due condizioni di alienazione, viene meno, dall'angolatura del lavoratore, la benché minima prospettiva unitaria sull'attività compiuta e sulla realizzazione del relativo prodotto. In aggiunta a questi due elementi connaturati alla logica di produzione capitalistica, **l'avvento dell'era social segna un'ulteriore estensione delle condizioni di alienazione**. Tale grado di alienazione supera la tradizionale distinzione tra forza-lavoro occupata e forza-lavoro inoccupata – così come intesa dai canoni classici dell'economia politica – per estendersi al **soggetto che non vende, ma sostanzialmente dona, il proprio tempo di vita al Capitale**: il soggetto – dall'influencer affermato al semplice utente del social network – attraverso gli strumenti oggettivanti del selfie e della story, pone se stesso come input e diversamente come output del medesimo processo produttivo.

Il soggetto assume come ovvio presupposto l'idea che l'azione (selfie o story) compiuta tramite il proprio dispositivo tecnologico si realizzi in un semplice e univoco gesto. Tale gesto, però, se sottoposto ad un'attenta e profonda indagine, deve necessariamente essere de-costruito e analizzato nei suoi tre elementi costitutivi: la materia prima, il processo produttivo e il prodotto finito. Nell'illusoria completezza del gesto univoco – selfie e story – il soggetto entra in realtà come input – materia prima – nel momento in cui prepara e pone in atto l'autoscatto. In quello stesso attimo, la materia prima, quindi il soggetto, attraverso l'elaborazione istantanea nel mezzo di produzione (il dispositivo tecnologico), ri-emerge come output, come prodotto finito (selfie e stories), consolidando la propria definitiva oggettivazione.

L'incapacità di cogliere la struttura trifasica del processo produttivo è dovuta alla straordinaria contrazione del tempo nella quale essa si realizza. Tale contrazione corrisponde, nel caso del selfie, al tempo esatto dello scatto e, nel caso delle stories, al tempo di durata del video. È emblematico il caso dell'autoscatto, cioè quel preciso istante in cui il click realizza e, letteralmente, contiene la metempsicosi del soggetto in oggetto. È il medesimo scatto, nelle sue infinite riproposizioni e manipolazioni, a determinare il collasso del tempo diacronico nell'inquantificabile frazionamento del suo non-divenire. Il soggetto dunque accede, euforicamente, ad una prospettiva sull'agire compiuto che pare essere unitaria. Nell'equivoco, però, lo stesso soggetto porta a compimento un ulteriore stato di alienazione e auto-reificazione, ponendosi, al contempo, come **input e output della propria produzione, come oggetto da sottoporre alla propria misurazione e come simulacro a cui dedicare la propria contemplazione**. Il soggetto, solo in tal senso, è definitivamente oggetto, giacché diviene, esso stesso, destinatario unico e ultimo della propria coscienza. Questa tappa segna il conclusivo livellamento fra mondo della produzione e mondo dell'arte; fra mondo dell'arte e mondo della scienza; fra mondo della scienza e sfera del sacro.

In quest'ottica, selfie e stories si rivelano dispositivi in grado di assolvere ad una funzione di riduzione o occultamento, poiché letteralmente comprimono l'arco temporale nel quale si articola il processo produttivo, rendendolo "non visibile".

### Conclusioni: consumare se stessi è non riconoscersi

L'oggetto contemplato non è mai definitivamente dato; al contrario, attraverso "filtri" ed "applicazioni" è continuamente manipolato. Non a caso, l'istantanea possibilità di manipolazione dell'oggetto è commisurata alle immediate e infinite possibilità di oggettivazione del soggetto. L'immagine immortalata nella fedele istantaneità dell'autoscatto e l'immagine filmica riprodotta nella story conducono a un'ulteriore forma di estraneazione, giacché il soggetto ha coscienza di sé esclusivamente in quanto oggetto, il quale, infinite volte, produce, manipola e contempla sé stesso. A partire da tale constatazione, la coscienza non può che essere colta in relazione diretta con l'oggettivazione figurale del soggetto.

Solamente in quest'ottica diviene possibile per l'interprete (l'osservatore) ripercorrere la costruzione di significato a cui il soggetto giunge attraverso le proprie valutazioni o, ancor meglio, attraverso le proprie autovalutazioni. La coscienza radica il suo giudizio di valore e dispone il proprio criterio di valutazione nel prodotto figurale in cui è immortalato il soggetto, quindi nell'oggetto.

Nel costante moto di oggettivazione, il soggetto, in quanto merce, consuma sé stesso. E dunque l'essere umano – nelle vesti del soggetto divenuto pienamente oggetto – non fa altro che estinguere sé stesso. Entro questa logica, più **l'osservatore si ri-conosce nella propria oggettivazione figurale, più dis-conosce la propria autentica esistenza**. La socializzazione digitale preclude all'Esser-ci, dunque all'essere umano, la possibilità di situare al centro della propria esistenza la questione della differenza ontologica (Heidegger, 2005) fra l'Essere e l'Ente, giacché il soggetto, oggettivatosi – in quanto oggetto manipolabile, misurabile e contemplabile – legittima sé stesso ad una piena e inderogabile esclusività ontologica: esso esiste, e, al di fuori di esso, nulla è. In verità il soggetto, in tale ostinato e inarrestabile incedere, non fa che condannarsi all'esatto opposto, cioè a un irrimediabile livellamento ontico: il soggetto esiste, e dunque si concepisce, solo comparabilmente agli oggetti derivanti dalla sfera della propria produzione.

## Note

1. Al fine di chiarificare questo specifico approccio semiologico, può rivelarsi utile proporre la seguente esemplificazione: l'attore/osservatore, nel lasso di tempo in cui esperisce i contenuti pubblicati dagli utenti del social network sulla home condivisa, potrà imbattersi in un post che ritrae una celebrità impegnata nella promozione dei diritti LGBTQ, a seguire intercetterà la story del proprio collega di lavoro alle prese con il decoupage e, scorrendo la home, potrà ammirare il selfie di gruppo che ritrae suo figlio sul London Bridge con i propri compagni di classe. La sequenza degli esempi proponibili entro questo genere di fruizione è potenzialmente interminabile. Sorgono spontanee due domande: nell'esperienza dell'attore/osservatore (l'utente social) qual è il nesso di significanza fra i significanti (post, selfie, stories)? È rinvenibile una funzione sintattica fra gli elementi passati in rassegna? Dalla disamina proposta emerge chiaramente l'assenza di un nesso fra i contenuti che si susseguono entro il flusso inarrestabile delle produzioni social. Paradossalmente l'esperienza del soggetto (l'utente social) assume significato nella fruizione e produzione di contenuti che, tra loro – il più delle volte – non intrattengono alcun legame. Si tratta, per l'appunto, di contenuti irrelati e auto-evidenti. [↑](#)
2. L'eccesso di stimoli esterni a cui è sottoposto il sé soggettivo (fattore quantitativo) richiede un'ampia e profonda de-sensibilizzazione emotiva del soggetto stesso (fattore qualitativo), al fine di consentire al soggetto stesso una più agile gestione del sovraccarico informativo. La complessità di questo meccanismo percettivo è resa, più sinteticamente, nella categoria psicopatologica di "analfabetismo emotivo". Per ulteriori approfondimenti si veda Galimberti U. (2008), "L'ospite inquietante. Il nichilismo e i giovani", Feltrinelli, Milano. [↑](#)
3. La visione distorta (dis-percezione) che si ha del proprio corpo è causata dall'eccessiva preoccupazione della propria immagine fisica. In questo caso il soggetto concentra la sua attenzione sull'aspetto esteriore complessivo o solamente su una zona circoscritta del proprio corpo. Nel momento in cui tale preoccupazione diviene una fonte ansiogena stabile, assumendo una chiara connotazione ossessivo-compulsiva, si parla di "dismorfismo corporeo". La dismorfia si manifesta con maggiore evidenza nei soggetti con un basso livello di autostima, in particolar modo adolescenti, sia femmine che maschi. [↑](#)
4. Il soggetto "contribuisce" alla produzione della propria identità e dell'identità altrui, attivando specifiche pratiche di qualificazione (Casilli, 2020): attraverso i post, i commenti su un blog, i pareri espressi all'interno di una pagina dedicata al cinema, i like e dislike su specifici canali tematici, i punti attribuiti su un forum di discussione, gli emoticon o gli hashtag che connotano il sentiment di una conversazione, il soggetto forma, e al contempo rivela, le proprie opinioni politiche, il proprio orientamento sessuale, le proprie credenze religiose. Il soggetto, in via generale, condivide e cede al mercato il proprio gusto e le proprie abitudini. Gli attributi identitari manifestati entro queste particolari pratiche espressive trasmutano in merce nell'esatto momento in cui assumono un prezzo. Il valore monetario di questa merce è dato – secondo i canoni tradizionali dell'economia politica – dal matching fra domanda e offerta dei beni summenzionati. L'offerta pertiene al soggetto economico corrispondente alla piattaforma, la quale per l'appunto vende i dati aggregati, mentre la domanda corrisponde, il più delle volte, a soggetti economici identificabili con i data brokers o con le società afferenti al targeting pubblicitario. [↑](#)
5. Sulla base della distinzione classificatoria proposta da Fulvio Carmagnola nell'opera "Dispositivo. Da Foucault al gadget" (2015) reputo opportuno specificare che selfie e stories, in via sperimentale e dunque provvisoria, possono essere annoverati – in riferimento alle chiavi interpretative proposte da Michel Foucault in "Sorvegliare e Punire"

(1976) e ne “L’uso dei piaceri. Storia della sessualità 2” (1984) – fra le tecnologie del sé, cioè fra quelle operazioni di ordine tecnologico-pragmatico che producono soggettivazione. [↑](#)

6. La definizione “dismorfia da snapchat” indica la condizione psicopatologica nella quale i pazienti sottoposti a trattamenti di chirurgia estetica desiderano diventare come le versioni di sé ottenute attraverso l’applicazione dei “filtri” previsti dal selfie. Per ulteriori approfondimenti vedi Vashi Neelam, “Beauty and Body Dysmorphic Disorder: A clinician’s Guide”, Springer Science + Business Media LCC, 2015 [↑](#)

## Bibliografia

Adorno T. W., Horkheimer M. (2010), “Dialettica dell’illuminismo”, Einaudi, Torino [ed. orig. 1947]

Beck U. (2012), “I rischi della libertà. L’individuo nell’epoca della globalizzazione”, Mezzadra S. (a cura di), Il Mulino, Bologna

Bell D., Greenberg C., Lazarsfeld P. F., Lowenthal L., Macdonald D., Merton R. K., Shils E. (1969), “L’industria della cultura”, trad. it. di A. Dell’Orto, Bompiani, Milano

Bourdieu P. (2001), “La distinzione: critica sociale del gusto”, Il Mulino, Bologna, 2001 [ed. orig. 1979]

Carmagnola R. P. F. (2015), “Dispositivo. Da Foucault al gadget”, Mimesis, Milano

Casilli A. (2020), “Schiavi del clic. Perché lavoriamo tutti per il nuovo capitalismo?”, Feltrinelli, Milano

Debord G. E. (1990), “Commentari della società dello spettacolo”, Sugarco, Milano [ed. orig. 1967]

Demichelis L. (2020), “La grande alienazione: Narciso, Pigmalione, Prometeo e il tecno-capitalismo”, Jaca Book.

De Saussure F. (2009), “Corso di linguistica generale”, De Mauro T. (a cura di), Laterza, Roma-Bari [ed. orig. 1916]

Durkheim E. (2016), “La divisione del lavoro sociale”, Il Saggiatore, Milano [ed. orig. 1893]

Featherstone M. (1994), “Cultura del consumo e postmodernismo”, Canevacci M. (a cura di), Edizioni Seam, Roma [ed. orig. 1991]

Foucault M. (1976), “Sorvegliare e punire. Nascita della prigione”, Einaudi, Torino [ed. orig. 1975]

Foucault M. (1984), “L’uso dei piaceri. Storia della sessualità 2”, Feltrinelli, Milano

Fuchs C., Sevignani S. (2013), “What is digital labour? What is digital work? What’s their difference? And why do these questions matter for understanding social media?”, “tripleC: Communication, Capitalism & Critique”, vol. 11, n.2, 2013, pp. 237-293

Galimberti U. (2008), “L’ospite inquietante. Il nichilismo e i giovani”, Feltrinelli, Milano

Hegel G. W. F. (2014), “La fenomenologia dello spirito”, Einaudi Editore [ed. orig. 1807]

Heidegger M., “Essere e tempo” (2005), Volpi F. (a cura di), Longanesi, Milano [ed. orig. 1927]

Lacan J. (2002), “Scritti”, Contri G. B. (a cura di), Einaudi, Torino [prima ed. it. 1974]

Lyotard J. F. (1988), “Discorso, figura”, Unicopli, Milano [ed. orig. 1971]

Marx K. (1968), “Lineamenti fondamentali della critica dell’economia politica”, La Nuova Italia, Firenze [ed. orig. 1857]

Marx K. (2004) “Manoscritti economico-filosofici del 1844”, trad. it. di N. Bobbio, Giulio Einaudi Editore, Torino [ed. orig. 1932]

Morin E. (2005), “Lo spirito del tempo”, Meltemi Editore, Milano [ed. orig. 1962]

Scholz T. (2012), “Introductions: Why digital labour matters now?”, in Id. (a cura di), Digital Labor: The Internet as Playground and Factory, New York, Routledge, 2012, p.2

Terranova T. (2000), “Free labor: Producing culture for the digital economy”, “Social Text”, vol. 18, n.2, pp. 33-58

Vashi N. (2015), “Beauty and Body Dysmorphic Disorder: A clinician’s Guide”, Springer Science + Business Media LCC, NY

Weber M., “Economia e Società” (2005), Donzelli Editore, Roma [ed. orig. 1922]

Williams R. (2000), “Televisione. Tecnologia e forma culturale. E altri scritti sulla Tv”, Editori Riuniti, Roma 2000 [ed. orig. 1990]

## Sitografia

Demichelis L., “Dalla privacy all’alienazione di sé: così i social ci hanno mercificato”, [www.agendadigitale.eu/sicurezza/privacy/dalla-privacy-allalienazione-di-se-cosi-i-social-ci-hanno-mercificato/](http://www.agendadigitale.eu/sicurezza/privacy/dalla-privacy-allalienazione-di-se-cosi-i-social-ci-hanno-mercificato/) 01/05/2019

Demichelis L., Ferraris M., “Il confronto: Alienati o imbecilli? Prove di dialogo su tecnica e umanità (ma anche su destra e sinistra)”, [www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/alienati-o-imbecilli-prove-di-dialogo-su-tecnica-e-umanita-ma-anche-su-destra-e-sinistra/](http://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/alienati-o-imbecilli-prove-di-dialogo-su-tecnica-e-umanita-ma-anche-su-destra-e-sinistra/) 24/05/2019

Ferraris M., “Salario di mobilitazione: un’idea per i nuovi poveri dell’era digitale”, [www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/ferraris-salario-di-mobilitazione-unidea-per-i-nuovi-poveri-dellera-digitale/](http://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/ferraris-salario-di-mobilitazione-unidea-per-i-nuovi-poveri-dellera-digitale/) 22/06/2018

# Beni culturali a rischio: strumenti e strategie per vincere la sfida del cambiamento climatico

Negli ultimi anni è aumentata la consapevolezza che il patrimonio culturale è a rischio a causa degli effetti del cambiamento climatico, ma non sono ancora presenti misure e strategie dedicate nei piani nazionali e internazionali di riduzione e gestione del rischio. Lacune da colmare, strategie di protezione e preparazione

Di **Alessandra Bonazza**, Istituto di Scienze dell'Atmosfera e del Clima, Consiglio Nazionale delle Ricerche

Gli effetti principali del cambiamento climatico sono ampiamente noti, ma non ancora riconosciuti e studiati in modo esauriente per quanto riguarda gli impatti sul patrimonio culturale. Siti archeologici, complessi monumentali, paesaggio, collezioni nei musei, ma anche tradizioni e antiche tecniche di costruzione rappresentano la nostra identità, ci collegano alla eredità del passato e sono una risorsa insostituibile per il futuro.

Nonostante sia indubbiamente aumentata negli ultimi anni la consapevolezza che il patrimonio culturale è a rischio a causa degli effetti del cambiamento climatico, non sono tuttora presenti misure e strategie dedicate nei piani nazionali e internazionali di riduzione e gestione del rischio [1].

Eppure, le prime ricerche specifiche risalgono a quasi 20 anni fa, quando nell'ambito del Progetto Europeo Noah's Ark (FP6, 2004-2007) sono stati prodotti i primi scenari a breve e lungo termine ed un atlante di vulnerabilità con mappe europee realizzate applicando i modelli climatici globali e regionali Hadley (con risoluzione di griglia rispettivamente di 295 x 278 km e 50 x 50 km) negli scenari A2 (Scenari di emissione SRES IPCC utilizzati in TAR e FAR) [2].

## Le lacune ancora da colmare

Nell'affrontare la valutazione dell'impatto dei cambiamenti climatici su complessi monumentali ed edifici storici, il downscaling nella risoluzione degli output dei modelli globali e regionali rimane ancora una questione aperta: la risoluzione spaziale e temporale dei parametri climatici e di inquinamento estraibili dai modelli climatici comporta che le proiezioni future di fenomeni di degrado, sviluppati a scala locale sul patrimonio costruito, necessitano di ulteriori studi di approfondimento. D'altro canto, previsioni altamente affidabili richiedono una base di dati standardizzata a livello globale/regionale e serie temporali lunghe almeno 30 anni. Sulla base di un approccio user-driven possono essere sicuramente disponibili scenari personalizzabili a livello locale, che rispondono alle esigenze dei diversi target di stakeholders coinvolti nella tutela e gestione del patrimonio culturale a rischio per effetto dei cambiamenti climatici.

Solo di recente la ricerca ha iniziato a focalizzarsi nello sviluppo di proiezioni di eventi estremi legati ai cambiamenti climatici e al rischio a cui è sottoposto il patrimonio culturale [3, 4]. La complessità di questo tema di ricerca risiede in primo luogo nel significativo aumento delle incertezze nella modellazione di scenari futuri di eventi estremi, come piogge intense, tempeste, inondazioni, siccità prolungata, ondate di calore.

Per una valutazione completa del rischio è inoltre necessario valutare la vulnerabilità dei beni esposti. La vulnerabilità può essere caratterizzata da parametri che contemplano diversi aspetti (strutturale, gestionale, socioeconomico, ambientale) e dipende dalla combinazione di tre fattori principali: suscettibilità, esposizione e resilienza, che devono essere caratterizzati per poterne fornire una valutazione.

Dall'analisi dello stato dell'arte e delle lacune ancora esistenti nella conoscenza del settore, risulta urgente investire risorse e sforzi nella produzione di strumenti e soluzioni per migliorare la preparazione del patrimonio culturale nell'affrontare gli eventi estremi legati ai cambiamenti climatici.

Ciò anche a sostegno del Piano d'azione (2015-2030) per l'attuazione della Priorità 4 del Sendai Framework per la riduzione dei rischi di catastrofi (Migliorare la preparazione alle catastrofi per una risposta efficace e per realizzare pratiche di "Build Back Better" nelle fasi di recupero, ripristino e ricostruzione) dove, tra le misure è previsto lo sviluppo di buone pratiche per l'integrazione del patrimonio culturale nelle strategie nazionali di riduzione del rischio di catastrofi che devono essere sviluppate dagli Stati membri dell'UE [5].

## La piattaforma per la mappatura del rischio dei Progetti Interreg Central Europe ProteCHt2save e STRENCH

La piattaforma WebGIS realizzata nell'ambito dei progetti Interreg Central Europe ProteCHt2save e STRENCH nasce con l'obiettivo di fornire uno strumento di supporto alle autorità ed enti pubblici e privati nella salvaguardia e gestione dei beni culturali a rischio in Europa da eventi climatici estremi, quali piogge intense, alluvioni e prolungati periodi siccitosi. Si basa sul concetto di rischio che implica l'esistenza di una sorgente di pericolo e delle possibilità che ne consegua un danno. L'analisi della esposizione e della vulnerabilità del settore impattato dal pericolo è quindi necessaria.

Questo strumento permette di visualizzare e scaricare in modo interattivo mappe di pericolosità con risoluzione spaziale di ~12km, basate su dati forniti da modelli climatici regionali e da servizi satellitari del programma Copernicus (Climate Change Service, C3S). Prevede l'utilizzo di indici per valutare la pericolosità da eventi estremi legati a variazioni di temperatura e precipitazione, come ad esempio R20mm (numero di giorni nell'anno con precipitazione superiore o uguale 20mm) e R5xday (valore massimo mensile di precipitazione in 5 giorni consecutivi) (Figura 1).

La piattaforma fornisce inoltre una metodologia per la valutazione della vulnerabilità a scala locale, calcolata sulla base di una accurata identificazione di elementi critici fisici e gestionali del bene in oggetto. È possibile fare valutazioni del rischio in Europa e nel Bacino del Mediterraneo a breve (2021-2050) e a lungo termine (2071-2100).

## Strategie di protezione e preparazione all'emergenza

Fra le attività condotte nell'ambito dei progetti sono state messe a punto strategie di preparazione ed evacuazione in emergenza specifiche per la protezione dei beni in caso di inondazioni ed incendi dovuti a prolungati periodi siccitosi. Le strategie sono state successivamente testate con simulazioni in campo, in collaborazione con la Protezione civile e i Vigili del fuoco in siti culturali dimostrativi, fra cui la piazza della Cattedrale di Ferrara ed il Parco di Villa Ghigi a Bologna, mettendo in luce come la preparazione all'emergenza risulti essere l'azione cruciale nella gestione dei siti a rischio (Figura 2).

Per integrare in modo esaustivo le misure esistenti in materia di adattamento ai cambiamenti climatici indirizzate alla tutela del patrimonio culturale nelle strategie e nei piani nazionali è necessario proseguire nella ricerca in quest'ambito con attività mirate all'implementazione dell'utilizzo dei risultati in azioni concrete di tutela e salvaguardia supportate da specifiche direttive politiche di gestione e riduzione del rischio.

### Bibliografia

[1] Bonazza A., Maxwell I., Drdácý M., Vintzileou E., Hanus C., Ciantelli C., De Nuntiis P., Oikonomopoulou E., Nikolopoulou V., Pospíšil S., Sabbioni C., Strasser P., 2018. Safeguarding cultural heritage from natural and man-made disasters. ISBN978-92-79-73945-3, <https://doi.org/10.2766/224310>.

[2] Sabbioni C., Brimblecombe P., Cassar M., 2010. The Atlas of Climate Change Impact on European Cultural Heritage - Scientific analysis and management strategies, Anthem Press, London/New York, pp.146. ISBN 978927909800-0, <https://doi.org/10.2777/11959>.

[3] Sardella A., Palazzi E., von Hardenberg J., Del Grande C., De Nuntiis P., Sabbioni C., Bonazza A., 2020. Risk mapping for the sustainable protection of cultural heritage in extreme changing environments. Special Issue Assessing the Impact of Climate Change on Urban Cultural Heritage. Atmosphere, 11(7), 700, <https://doi.org/10.3390/atmos11070700>.

[4] Bonazza A., Sardella A., Kaiser A., Cacciotti R., De Nuntiis P., Hanus C., Maxwell I., Drdácý T., Drdácý M., 2021. Safeguarding cultural heritage from climate change related hydrometeorological hazards in Central Europe. International Journal of Disaster Risk reduction, 63, 102455, ISSN 2212-4209, <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2021.102455>.

[5] COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT Action Plan on the Sendai Framework for Disaster Risk Reduction 2015-2030 A disaster risk-informed approach for all EU policies SWD(2016)205 final/2, [http://ec.europa.eu/echo/sites/echo-site/files/1\\_en\\_document\\_travail\\_service\\_part1\\_v2.pdf](http://ec.europa.eu/echo/sites/echo-site/files/1_en_document_travail_service_part1_v2.pdf)

# Il cortocircuito dell'odio in rete: il ruolo delle emozioni, le contromisure per una “svolta culturale”

La centralità delle emozioni come basi del comportamento individuale e di gruppo è basilare per capire il processo di propagazione della cultura dell'odio nell'ecosistema digitale. Qual è il ruolo dell'informazione e della politica nella diffusione della violenza verbale? I rischi individuali e collettivi

Di **Francesca Rizzuto**, Docente di Sociologia del giornalismo dell'Università di Palermo

La circolazione di **notizie false**, favorita da destinatari inconsapevoli, così come la frequente costruzione intenzionale di campagne coordinate di disinformazione impongono all'attenzione planetaria la questione, centrale per ogni sistema democratico, della nuova **opacità** del confine tra **libertà di espressione** e necessità di limitare la **manipolazione dei flussi informativi**: è indubbio, infatti, che proprio questa **fluidità** pone rischi significativi alle nostre architetture costituzionali come quello di “normalizzare” stringenti pratiche di censura o, per finalità totalmente diverse, favorire dinamiche comunicative conflittuali e di polarizzazione, privilegiate dal predominio delle logiche commerciali delle piattaforme (Albright 2017; Van Dijck, Poell, de Waal 2018; Sorice 2020).

## Il cortocircuito comunicativo dell'ecosistema digitale

Nell'ecosistema digitale la deriva contemporanea delle minacce online e dell'hate speech conferma, infatti, la presenza di un “cortocircuito” comunicativo in grado di diffondere e moltiplicare esponenzialmente **contenuti fortemente negativi** e divisivi che, sia a livello istituzionale che sul piano della professione giornalistica, impongono sfide complesse alle modalità tradizionali di partecipazione democratica, mostrate in modo eclatante dalla crisi pandemica. Negli ultimi due anni in molti contesti occidentali si sono evidenziate, accanto a pratiche comunicative normalizzanti (vere e proprie forme di anestettizzazione tranquillizzante dei cittadini-utenti), anche, e in direzione diametralmente opposta, dinamiche di **trasformazione tossica del dibattito democratico** (Corner 2017; Boccia, Bentivegna 2021), attraverso un continuo appello alla sfera emotiva dei singoli per suscitare rabbia e odio da canalizzare in precise strategie politiche. In entrambi casi, comunque, risulta evidente un distacco netto dal ricorso alla **razionalità** e al **dialogo** nella produzione di informazioni che, nella dinamica transmediale (McErlean 2018), avvia processi di viralizzazione in grado di distruggere non solo carriere politiche ed equilibri tra poteri ma anche singoli cittadini, il cui diritto alla protezione della privacy è stato radicalmente messo in discussione nel modo digitale (Rizzuto, Sciarrino 2021).

## I caratteri peculiari dell'inquinamento dell'informazione

Oggi l'inquinamento dell'informazione presenta caratteri peculiari rispetto all'uso tradizionale di **notizie false come armi politiche** per screditare un avversario: se è vero che Internet e i social media hanno reso possibile uno straordinario ampliamento delle possibilità di accesso alle informazioni, tuttavia, il serbatoio pressoché illimitato di risorse cognitive a disposizione di tutti assume i caratteri di un **caos informativo planetario**: l'infosfera è dominata dagli algoritmi "opachi" elaborati dalle piattaforme, che sono aziende private, transnazionali, fondate sulla logica del profitto e, negli anni più recenti, operano in un contesto di vero e proprio **far west normativo**, mostrandosi poco, o per nulla, attente ai rischi di eventuali strategie di disinformazione (Bracciale, Grisolia 2020) o di viralizzazione di fake news nocive (Ireton, Posetti 2018; Edson, Tandoc, Lim, Ling 2018).

## L'agorà digitale come fabbrica dell'odio

Nelle pagine seguenti si mira a proporre una riflessione sulla configurazione dell'agorà digitale come potente "fabbrica dell'odio", focalizzando l'attenzione sul pericolo di effetti di realtà prodotti da pratiche di costruzione e condivisione di notizie divisive e caratterizzate da scelte lessicali improntate all'odio, alla violenza verbale in una vera e propria industria delle falsità, che fa circolare attacchi alle persone per ridicolizzarle o perfino distruggerle. L'obiettivo principale è quello di ribadire le **responsabilità dei professionisti dell'informazione**, ai quali proprio le possibilità inedite del contesto digitale impongono una maggiore capacità di decentrare lo sguardo per non diventare agenti, più o meno "inconsapevoli", della costruzione dell'odio, fino al rischio concreto di favorirne la normalizzazione come dinamica comunicativa di relazione quotidiana e "accettabile" non solo tra individui ma anche tra leader, popoli, stati.

Del resto, l'inciviltà contemporanea del dibattito pubblico (Boccia, Bentivegna 2021), dagli interventi di **Trump** fino ai recenti **dibattiti dei no-vax**, sta dimostrando che **Internet svolge un ruolo chiave per la diffusione di contenuti estremisti**, offrendo ai singoli o a gruppi di stampo politico, religioso, perfino terroristico, un'arena planetaria per diffondere le loro ideologie, fare propaganda e reclutare nuovi membri: l'elemento comune di molti circuiti comunicativi è il ricorso ad una logica rigidamente binaria (noi/loro) che fa leva sulle **emozioni**, sul senso di appartenenza e si avvantaggia della possibilità concreta di sfuggire a eventuali fonti di dissonanza cognitive garantita dalle relazioni nelle **echo chambers** o nei gruppi on line (Riva, 2018). A tal fine, non di rado si rivolgono in modo specifico agli adolescenti e ai giovani adulti, che sono molto attivi online e per motivi diversi possono essere particolarmente recettivi ai messaggi radicali.

## La centralità delle emozioni

Secondo Balzerani (2018) per comprendere il processo contemporaneo di diffusione della cultura dell'odio occorre partire proprio dal riconoscimento, scientificamente fondato, della centralità delle emozioni come basi del comportamento individuale e di gruppo: agendo in sfere apparentemente lontane tra loro come la politica, l'informazione, le relazioni tra etnie o religioni, **la dimensione emotiva influenza profondamente il vivere sociale** e, nel contesto digitale, è spesso usata sia a livello politico che sul piano della produzione informativa, perché in grado di intercettare e rafforzare facilmente audience e consensi, indispensabili nella logica commerciale dominante nel mondo mediale e nel contesto della politica-spettacolo, ormai svincolata dalle appartenenze ideologiche e dalle mediazioni informative tradizionali (Mazzoleni 2021).

## Il giornalismo e la logica dell'emotainment

Nel caso del giornalismo, già dagli anni Novanta, numerosi studi hanno messo in evidenza la centralità della logica emozionale nelle pratiche di newsmaking, collegandola al predominio della **logica dell'emotainment**, marcatamente spettacolare e drammatizzante (Santos 2009; Rizzuto 2019; Marinov 2020) in un contesto fortemente competitivo sul piano economico, i newsmedia hanno optato per l'adozione di una **modalità narrativa spettacolare** incentrata sulla capacità di emozionare i riceventi per catturarne l'attenzione (Thussu 2007; Rizzuto, 2021), dando vita a prodotti e generi informativi nuovi in cui sono privilegiati i conflitti, il dramma, i delitti e attivati meccanismi di identificazione attraverso meccanismi di personalizzazione, frammentazione e drammatizzazione degli eventi.

<https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/il-giornalismo-nellera-della-post-verita-gli-effetti-didigitale-sulla-qualita-dellinformazione/>

Contenuti d'odio: le responsabilità di giornalisti e politici

Sul versante politico, l'appello alle emozioni è stato tradizionalmente usato da leader carismatici per motivare i soggetti o per creare atteggiamenti favorevoli che producevano conseguenze concrete a livello politico o elettorale; in questa prospettiva, evidenziando alcuni meccanismi di trasformazione delle emozioni a livello psicologico, Balzerani (2018) sottolinea **le responsabilità dei diversi attori sociali**, soprattutto leader e media, quando preferiscono far leva sulla componente emotiva, a scapito di modalità informativo-cognitive capaci di far comprendere issue o priorità. Se è indubbio che un circuito comunicativo emozionale permette di attrarre, più facilmente e senza intermediazioni, i consensi nella sfera pubblica densa, è anche innegabile che sia professionisti del sistema informativo che leader politici rischiano di diventare, spesso e colpevolmente, **concause** nella diffusione di modalità comunicative conflittuali e comportamenti violenti.

In questa ottica, ad esempio, anche gli **attentati terroristici** degli ultimi due decenni possono essere letti come l'esito planetario più disastroso di un'attività pervasiva e pianificata di "nutrimento dell'odio nei riguardi dei Nemici", realizzata e propagandata soprattutto attraverso narrazioni diffuse nei social.

Il contagio emotivo

In un contesto di forte pervasività delle tecnologie comunicative e di crescente dipendenza cognitiva dei singoli dalle narrazioni mediali, le storie proposte nella rete, e poi fatte circolare anche dai media mainstream, offrono sempre più spesso visioni del mondo e modelli di odio facili da comunicare, che attivano un pericoloso **contagio emotivo** e forniscono ai leader una piattaforma semplificante e facilmente accessibile per dialogare "direttamente" con gli individui (Bentivegna 2015; Mazzoleni 2021).

La cultura del disprezzo

Il rischio è che possa prevalere, sempre più frequentemente, una cultura del disprezzo capace di aumentare l'odio verso Altri-Nemici e favorire quel processo di escalation emotiva dalla rabbia al disgusto, che nella storia recente dell'Europa, ha portato a catastrofi immani come la **Shoah** o i **genocidi nei Balcani**. Infatti, il disgusto dell'Altro visto come nemico (nocivo per il semplice fatto di esistere), è l'emozione che svolge da sempre un ruolo basilare nella "discesa della politica agli inferi": il disgusto è capace di attivare una rilettura degli eventi e della realtà, anche ricorrendo a infondate conferme pseudo-scientifiche, e può portare dalla violenza verbale alle aggressioni fisiche fino all'accettazione dello sterminio. In un'ottica terrificante, l'eliminazione definitiva, vale a dire il

genocidio, diventa orrendamente e mostruosamente “plausibile” anche grazie a strategie comunicative di definizione “negativa” dell’Altro: il linguaggio dell’odio fa sempre ricorso a scelte lessicali deformanti e disumanizzanti e si basa su stili espositivi ipersemplicati, costruendo e diffondendo narrazioni, che privilegiano l’aggressività verbale, lo scontro ideologico e il senso del gruppo da rinsaldare per opporsi al Nemico, percepito come inferiore.

## Pandemia, terrorismo e escalation dell’odio online

Nell’era della crisi pandemica mondiale così come dinanzi alle sfide del terrorismo, la cultura dell’odio ha trovato straordinaria linfa nelle possibilità di relazione on line: il covid e, ancora prima, gli attentati terroristici in Occidente non solo hanno minato la definizione stessa e la percezione del sentirsi sicuri, ma hanno anche favorito lo stile comunicativo dell’attacco, vale a dire **l’annullamento dell’accezione di dialogo come confronto pacifico** tra opinioni e visioni del mondo. Il panorama contemporaneo dell’ecosistema digitale rende, pertanto, ormai inevitabile la comprensione dei fattori, che rendono alcune sfide ancora più cruciali: **occorre sapere cogliere e interpretare i segnali di odio**, non solo per prevedere atti di violenza o rilevare un pericolo potenziale, ma anche per favorire un recupero di credibilità e fiducia verso i professionisti della comunicazione e verso le istituzioni.

## Conclusioni

Sicuramente, una **strategia di reazione e resilienza** deve affrontare questa sfida con diverse misure, che vanno da una produzione normativa adeguata al nuovo contesto digitale, alla sensibilizzazione, fino agli approcci formativi incentrati sulla media education, destinati in modo mirato agli adolescenti, più di tutti immersi in una perenne onlife (Floridi 2017). Si tratta, in altri termini, di **promuovere e realizzare una vera e propria “svolta culturale” con enormi ricadute politiche**, sociali ed economiche: anche ai giornalisti, non solo alle istituzioni politiche e formative, si può chiedere, allora, di contribuire sul loro piano, quello delle narrazioni, offrendo nello spazio digitale contro-narrative o narrative alternative, che siano capaci di “smontare” esplicitamente ideologie e strategie propagandistiche estremiste e abbattere pregiudizi con messaggi positivi, rinunciando al predominio dello spettacolo a favore di prassi produttive più informative e razionali.

## Bibliografia

Albright J. (2017), “Welcome to the era of fake news”, *Media and Communication*, 5.2, 87-89.

Balzerani A. (2019), *Il codice dell’odio. Segnali non verbali di aggressività e odio nelle relazioni tra gruppi*, Armando ed., Roma.

Bentivegna S., Boccia Artieri G. (2021), *Voci della democrazia. Il futuro del dibattito pubblico*, Il Mulino, Bologna.

Bentivegna S. (2015), *A colpi di Tweet. La politica in prima persona*, Il Mulino, Bologna

Bracciale R., Grisolia F. (2020), “Information disorder: acceleratori tecnologici e dinamiche sociali”, *Federalismi.it*, <https://www.federalismi.it/nv14/articolo-documento.cfm?Artid=42112>.

Corner J. (2017), “Fake news, post-truth and media-political change”, *Media, Culture & Society*, 39 (7), 1100–1107.

Edson C., Tandoc Jr., Lim Z.W, Ling R. (2018), “Defining Fake news”, *Digital Journalism*, 2, 137-153.

Floridi L., (2017), *La quarta rivoluzione. Come l’infosfera sta trasformando il mondo*. Editore Cortina Raffaello, Milano.

Ireton C., Posetti J. (eds) (2018), *Journalism, ‘Fake News’ & Disinformation*, UNESCO.

[Marinov R.](#) (2020), “Mapping the infotainment literature: current trajectories and suggestions for future research”, *The Communication Review*, 23, 1-28.

Mazzoleni G. (a cura di), *Introduzione alla comunicazione politica*, Il Mulino, Bologna, 2021.

McErlean K. (2018), *Interactive Narratives and Transmedia storytelling*, Routledge, New York.

Riva G. (2018), *Fake news*, il Mulino, Bologna.

Rizzuto F. (2018), *La società dell’orrore. Terrorismo e comunicazione nell’era del giornalismo emotivo*, Pisa University Press.

Rizzuto F. (2019), *Reality versus Emotions in Italian Journalism*, in «SOFT POWER, Revista Euroamericana de teoria, historia de la politica y del derecho», vol. 6, pp. 229-245.

Rizzuto F. (con V. Sciarrino) (2021), “Le fake news ed il diritto all’oblio nell’era della rete. Sulla nuova relazione tra pubblico e privato” in *Sociologia del diritto*, n. 1, pp.93-118.

- Rizzuto F., (2021), “Media, fake news e populismi. Una relazione pericolosa” in Rizzuto F., Vaccaro S. (a cura di), (2021), “I saperi della comunicazione nell’era della post-verità”, Palermo University Press, Palermo

Santos, J. (2009), *Daring to feel. Violence, the Newsmedia and their Emotions*, Lexington Books, Lanham.

Sorice M. (2020), *Sociologia dei mass media*, Carocci, Roma.

Thussu D.K. (2007), *News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment*, Sage, New York.

Van Dijck J., Poell T., de Waal M. (2018), *The Platform Society: Public Values in a Connective World*, Oxford University Press, Oxford.

*I quaderni di*

# Agenda **Digitale**

---

## NETWORK **DIGITAL** 360

Network Digital360 è il più grande network in Italia di testate e portali B2b dedicati ai temi della Trasformazione Digitale e dell'Innovazione Imprenditoriale, con oltre 50 fra portali, canali e newsletter.

Ha la missione di diffondere la cultura digitale e imprenditoriale nelle imprese e pubbliche amministrazioni italiane e di fornire a tutti i decisori che devono valutare investimenti tecnologici informazioni aggiornate e approfondite.

Il Network è parte integrante di Digital360HUB, il polo di Demand Generation di Digital360, che mette a disposizione delle tech company un'ampia gamma di servizi di comunicazione, storytelling, pr, content marketing, marketing automation, inbound marketing, lead generation, eventi e webinar.

VIA COPERNICO, 38

20125 - MILANO

TEL. 02 92852785

MAIL: [MARKETING@DIGITAL4.BIZ](mailto:MARKETING@DIGITAL4.BIZ)

©ICT & Strategy